

5,95 € FEBRERO ESPAÑA 2026

VOGUE

ESPAÑA



Hola, Barcelona!





louisvuitton.com

LOUIS VUITTON





FENDI

FENDI.COM

Revistas.PeruRadio.net.pe

HardWear by Tiffany

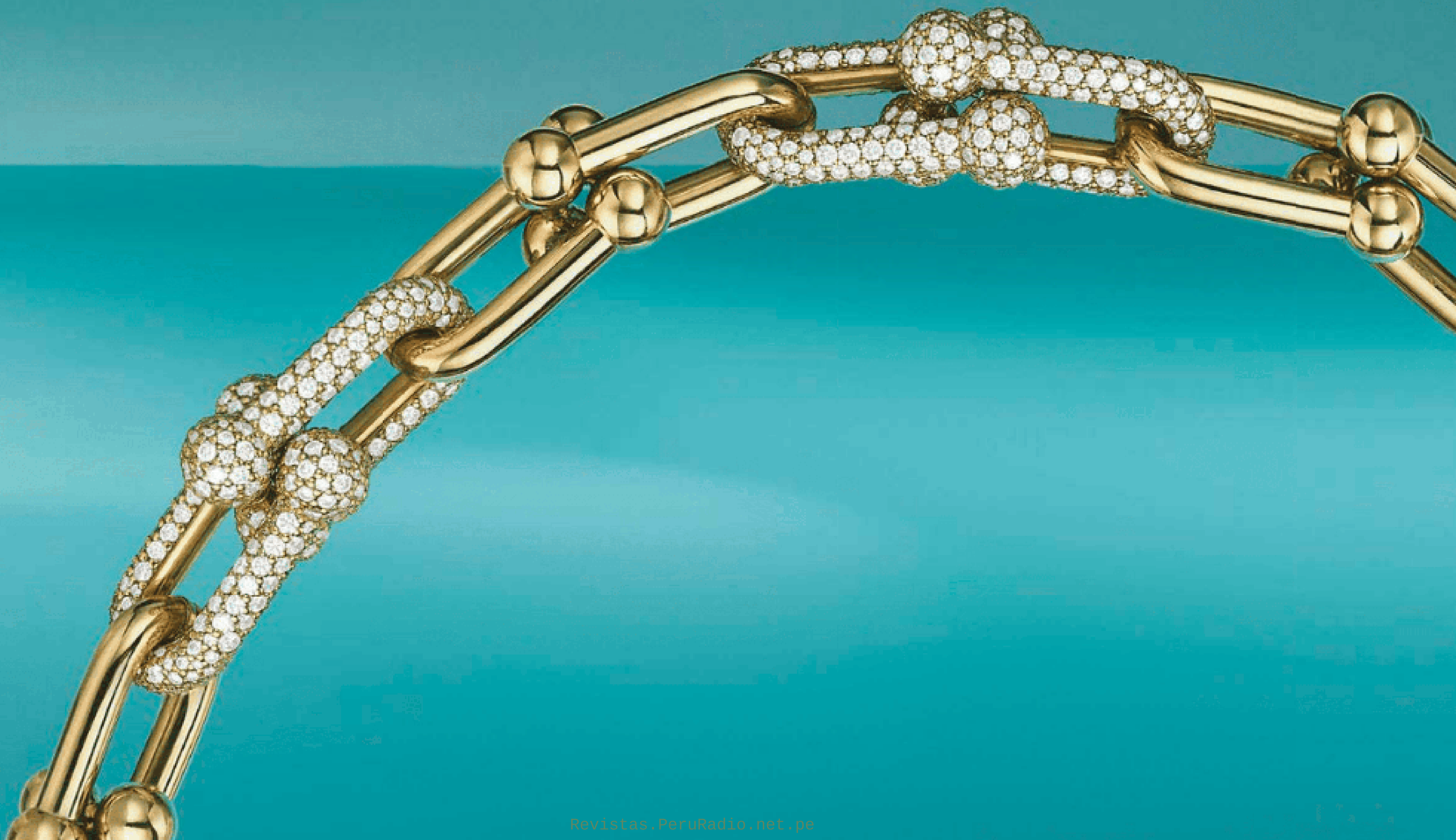


HardWear by Tiffany

Un diseño de 1962 inspirado en
Nueva York, una ciudad en
constante movimiento.

Una expresión de la fuerza
transformadora del amor.

With love, Since 1837 **TIFFANY & CO.**







UN COLOR PARA CADA MOMENTO

¿Cuál es su color favorito? No es una pregunta sencilla de responder. Depende del día, la luz, la estación o su estado de ánimo. Puede ocurrir que tenga más de uno. Por eso debería considerar la colección Seamaster Aqua Terra Shades. Encontrará un color de esfera para cada momento. Aquí puede ver una de las numerosas opciones disponibles. A este color lo llamamos Verde Bahía. Usted puede llamarlo como le parezca, y llevarlo siempre que lo desee.


OMEGA



ART DIR: PAUL MARCIANO PH: MORELLI BROTHERS © GUESS®, INC. 2026

A full-body fashion photograph of Chiara Ferragni. She is wearing a light blue, form-fitting, sleeveless dress with a draped neckline. Her arms are crossed over her chest, and she has several tattoos visible on her forearms. Her long, wavy blonde hair is blowing in the wind. She is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a soft, out-of-focus light blue and white.

GUESS

with

CHIARA FERRAGNI

GUESS.EU

VOGUE

ESPAÑA

HEAD OF EDITORIAL CONTENT
INÉS LORENZO

REDACTORA JEFE CECILIA CASERO

MODA

DIRECTORA DE MODA SARA HERNANDO
REDACTORA JEFE DE MODA NUALA PHILLIPS
ESTILISTAS MARTA BAJO, PATRICIA LÓPEZ
REDACTORAS NURIA LUIS, ALEXANDRA LORES, LAURA SOLLÀ
COMMERCE EDITOR MAYTE SALIDO

BELLEZA

DIRECTORA DE BELLEZA ANA MORALES
REDACTORA VIOLETA VALDÉS

CULTURA

EVA BLANCO, ALBERTO SISÍ

ESTILO DE VIDA

GARBINE CONTINENTE

SENIOR MANAGER AUDIENCE DEVELOPMENT MARINA VALERA
SENIOR MANAGER SOCIAL MEDIA ANA GÁNDARA

JEFE DE EDICIÓN Y CIERRE PEDRO SÁNCHEZ DE COS

ADAPTACIÓN Y TRADUCCIÓN ESTHER GIMÉNEZ

TALENT ASSOCIATE EDITOR INGRID DE LA PUENTE

SENIOR CONTENT OPERATIONS MANAGER BEATRIZ DE ASÍS

CONTENT OPERATIONS MANAGER LUCÍA PREGIGUEIRO

CONTENT OPERATIONS ASSOCIATE JUAN ALBERTO FUENTES

ADMINISTRACIÓN MARGARITA TOFIÑO

VISUALS EDITOR & PHOTO STUDIO DIRECTOR REYES DOMÍNGUEZ

VISUALS EDITOR JULIETA SARTOR

ARTE

NOEMÍ GARCÍA (JEFA DE MAQUETA), LORETO DOMÍNGUEZ

COLABORADORES

LETICIA SALA, SEBASTIÁN FAENA, PABLO ZAMORA, JACK DAY, CARLOS FOLMO, CÉSAR SEGARRA,
SANTI SIERRA, SILVIA RETANA, HARRY LAMBERT, JULIA SARR JAMOIS, HELENA CONTRERAS

CONDÉ NAST ENTERTAINMENT

HEAD OF PROGRAMMING & DEVELOPMENT MARCOS CHAMIZO

VIDEO DEVELOPMENT LEAD, VOGUE JULIA PÉREZ

PROGRAMMING LEAD DAVID FERNÁNDEZ

PRODUCCIÓN SARA RAMOS

EDICIÓN ALMUDENA MOLERO

PRODUCCIÓN

SENIOR PRODUCTION MANAGER ENRIQUE GRAU DÍAZ TRÍAS
FERNANDO BOHÚA, JUAN IGNACIO BOCOS

VOGUE GLOBAL

ANNA WINTOUR GLOBAL EDITORIAL DIRECTOR

GLOBAL CREATIVE DIRECTOR RAÚL MARTÍNEZ

APAC EDITORIAL DIRECTOR (TAIWAN, INDIA, JAPAN) LESLIE SUN

HEAD OF EDITORIAL CONTENT, AMERICA CHLOE MALLE

HEAD OF EDITORIAL CONTENT, BRITAIN CHIOMA NNADI

HEAD OF EDITORIAL CONTENT, FRANCE CLAIRE THOMSON-JONVILLE

HEAD OF EDITORIAL CONTENT, GERMANY KERSTIN WENG

HEAD OF EDITORIAL CONTENT, INDIA ROCHELLE PINTO

HEAD OF EDITORIAL CONTENT, ITALY FRANCESCA RAGAZZI

ACTING EXECUTIVE EDITOR, JAPAN SONIA KANAZAWA

HEAD OF EDITORIAL CONTENT, MEXICO & LATIN AMERICA KARLA MARTÍNEZ DE SALAS

HEAD OF EDITORIAL CONTENT, MIDDLE EAST MANUEL ARNAUT

EDITORIAL DIRECTOR, CHINA ROCCO LIU

VICE PRESIDENT, GLOBAL OPERATIONS AND CONTENT STRATEGY LOUISA PARKER-BOWLES

VICE PRESIDENT, GLOBAL CONTENT BUSINESS OPERATIONS CHRIS DIPRESSO MORRA

GLOBAL CONTENT STRATEGY ADVISOR ANNA-LISA YABSLEY

GLOBAL HEAD OF FASHION NETWORK VIRGINIA SMITH

GLOBAL EDITOR AT LARGE HAMISH BOWLES

GLOBAL DIRECTOR, VOGUE RUNWAY NICOLE PHELPS

GLOBAL NETWORK LEAD & US DEPUTY EDITOR TAYLOR ANTRIM

GLOBAL NETWORK LEAD & EXECUTIVE EDITOR, BRITISH VOGUE GILES HATTERSLEY

GLOBAL NETWORK LEAD & US FASHION FEATURES DIRECTOR MARK HOLGATE

GLOBAL BEAUTY & WELLNESS DIRECTOR JESSICA DINER

GLOBAL FASHION NETWORK, DEPUTY DIRECTOR LAURA INGHAM

VICE PRESIDENT, HEAD OF VIDEO THESPENA GUATIERI

GLOBAL DIRECTOR, SOCIAL MEDIA SAM SUSSMAN

GLOBAL TALENT CASTING DIRECTORS IGNACIO MURILLO, MORGAN SENESI

GLOBAL ENTERTAINMENT DIRECTORS CAITLIN BRODY, SERGIO KLETNOY

GLOBAL DESIGN DIRECTOR PARKER HUBBARD

ASSOCIATE DIRECTOR, INTEGRATED PLANNING MILLY TRITTON

GLOBAL DESIGN DIRECTOR (EUROPE) JAN-NICO MEYER

GLOBAL VISUALS DIRECTOR (EUROPE) JAMIE SPENCE

EUROPEAN PRODUCTION DIRECTOR VICTORIA WILLAN

ASSOCIATE APAC (TAIWAN, INDIA, JAPAN) CONTENT OPERATIONS DIRECTOR VAV LIN

VOGUE

ESPAÑA

STAFF

CHIEF BUSINESS OFFICER ELENA FERRERAS

FASHION AND LUXURY

DIRECTORA COMERCIAL DE VOGUE Y CATEGORY LEAD DE FASHION AND LUXURY CLARA MONTOYA
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, FASHION AND LUXURY LAURA CAPO, JUDITH MASES, GEMA CAMACHO

HEALTH AND BEAUTY

DIRECTORA COMERCIAL DE GLAMOUR Y CATEGORY LEAD DE HEALTH AND BEAUTY PATRICIA VEGA DE SEOANE
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, BEAUTY AND HEALTH SUSANA HERNÁNDEZ, NOELIA GONZÁLEZ, CAROLINA PÉREZ, MARÍA GIL DE BIEDMA

CULTURE AND LIFESTYLE

DIRECTORA COMERCIAL DE GQ Y CATEGORY LEAD DE CULTURE & LIFESTYLE ESTHER GONZÁLEZ
DIRECTORA COMERCIAL DE V&Y ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER FOR VICE AMAIA MURUAMENDIARAZ
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, CULTURE & LIFESTYLE ISABEL VALCÁRCEL, SANDRA PALOMO

HOME AND TRAVEL

DIRECTORA COMERCIAL DE AD Y CATEGORY LEAD DE HOME AND TRAVEL LAURA VELASCO
DIRECTORA COMERCIAL DE TRAVELER VICTORIA ÁLVAREZ
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER TRIANA PARÍS

COORDINACIÓN JOSEFINA PARCO

DELEGADA ITALIA ELENA MARSEGLIA
DELEGADA NORTE ANA LÓPEZ

CONDÉ NAST COMMERCIAL CREATIVE SPAIN

DIRECTOR JORGE MADRID
HEAD OF OPERATIONS & SPECIAL PROJECTS MARÍA JIMÉNEZ
BRAND MARKETERS RAQUEL PLAZA Y VERÓNICA MARTÍN MOLINA
HEAD OF PUBLIC RELATIONS VERENA BUSTILLO
DELIVERY MANAGER LAURA GARCÍA
PRODUCTION MANAGER RUTH VARILLAS

CONDÉ NAST EUROPE

DEPUTY MANAGING DIRECTOR EUROPE ANITA GIGOVSKAYA
SVP PEOPLE EUROPE DAVID DE LA IGLESIA
VP GLOBAL REVENUE & DIGITAL STRATEGY, EUROPE LINA CALZADO
VP FINANCE BUSINESS PARTNERING RAQUEL MARTÍN
HEAD OF LEGAL EUROPE DANIELLA PALLETI
DIRECTOR OF ENGINEERING, SPAIN & GLOBAL CUSTOM SOLUTIONS RAFAEL MARTÍNEZ
SENIOR DIRECTOR, AUDIENCE PLANNING, EMEA & MÉXICO/LATAM LUIS PERALTA

EDICIONES CONDÉ NAST S.L.

CONSUMER MARKETING DIRECTOR BEATRIZ SÁNCHEZ GUILLÉN
DIRECTORA DE PEOPLE ANA RUIZ
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN ALBERTO PEREIRA

PUBLICADO POR CONDÉ NAST

CHIEF EXECUTIVE OFFICER ROGER LYNCH
CHAIRMAN OF THE BOARD JONATHAN NEWHOUSE
CHIEF REVENUE OFFICER ELIZABETH HERBST-BRADY
CHIEF CONTENT OFFICER ANNA WINTOUR
CHIEF FINANCIAL OFFICER NICK HOTCHKIN
CHIEF PEOPLE OFFICER STAN DUNCAN
CHIEF CORPORATE AFFAIRS AND COMMUNICATIONS OFFICER DANIELLE CARRIG
CHIEF PRODUCT AND TECHNOLOGY OFFICER VASANTH WILLIAMS
CHIEF CONTENT OPERATIONS OFFICER CHRISTIANE MACK

EDICIONES

ALEMANIA AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, VOGUE **ESPAÑA** AD, CONDÉ NAST TRAVELER, GLAMOUR, GQ, VANITY FAIR, VOGUE **ESTADOS UNIDOS** AD, ALLURE, ARSTECHNICA, BON APPÉTIT, CONDÉ NAST TRAVELER, EPICURIUS, GLAMOUR, G&L, PITCHFORK, SEVENTEEN, VOGUE THEM, THE NEW YORKER, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED **FRANCIA** AD, G&L, VANITY FAIR, VOGUE **INDIA** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, G&L, VOGUE **ITALIA** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, G&L, LA CUCINA ITALIANA, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED **JAPÓN** G&L, VOGUE, WIRED **MÉXICO Y LATINOAMÉRICA** AD, GLAMOUR, GQ, VOGUE, WIRED **ORIENTE MEDIO** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, G&L, VOGUE **REINO UNIDO** CONDÉ NAST JOHANSENS, CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, HOUSE & GARDEN, TATLER, THE WORLD OF INTERIORS, VANITY FAIR, VOGUE, VOGUE BUSINESS, WIRED **TAIWÁN** G&L, VOGUE

PUBLICADO BAJO ASOCIACIÓN
BRASIL GLAMOUR, GQ, VOGUE

PUBLICADO BAJO LICENCIA O COLABORACIÓN DE DERECHOS

ADRIA VOGUE **AUSTRALIA** G&L, VOGUE **BULGARIA** GLAMOUR **CHINA** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, G&L, VOGUE **COREA** ALLURE, G&L, VOGUE **ESCAN DINAVIA** VOGUE **FILIPINAS** ALLURE, VOGUE **GRECIA** VOGUE **HONG KONG** G&L, VOGUE **HUNGRÍA** GLAMOUR **PAÍSES BAJOS** VOGUE **POLONIA** AD, GLAMOUR, GQ, VOGUE **PORTUGAL** G&L, VOGUE **REPÚBLICA CHECA Y ESLOVAQUIA** VOGUE, WIRED **SINGAPUR** VOGUE **SUDÁFRICA** GLAMOUR, G&L, HOUSE & GARDEN **TAILANDIA** G&L, VOGUE **TURQUÍA** G&L, VOGUE **UCRANIA** VOGUE

EDICIONES CONDÉ NAST S.L. PASEO DE LA CASTELLANA, 9-11. 28046 MADRID. © EDICIONES CONDÉ NAST S.L. DEPÓSITO LEGAL M-25788-2012.
IMPRESIÓN: ROTOCOBRIIL, RONDA DE VALDECARRIZO, 13, TRES CANTOS, 28760, MADRID. TEL. 918 031 676. SOBREPRECIO PARA CANARIAS: 0,20 €.

PRECIO DE SUSCRIPCIÓN: 66 €. TELÉFONO DE ATENCIÓN AL CLIENTE: +34 983 008 401

© DE LAS REPRODUCCIONES AUTORIZADAS, VEGAP MADRID 2025.

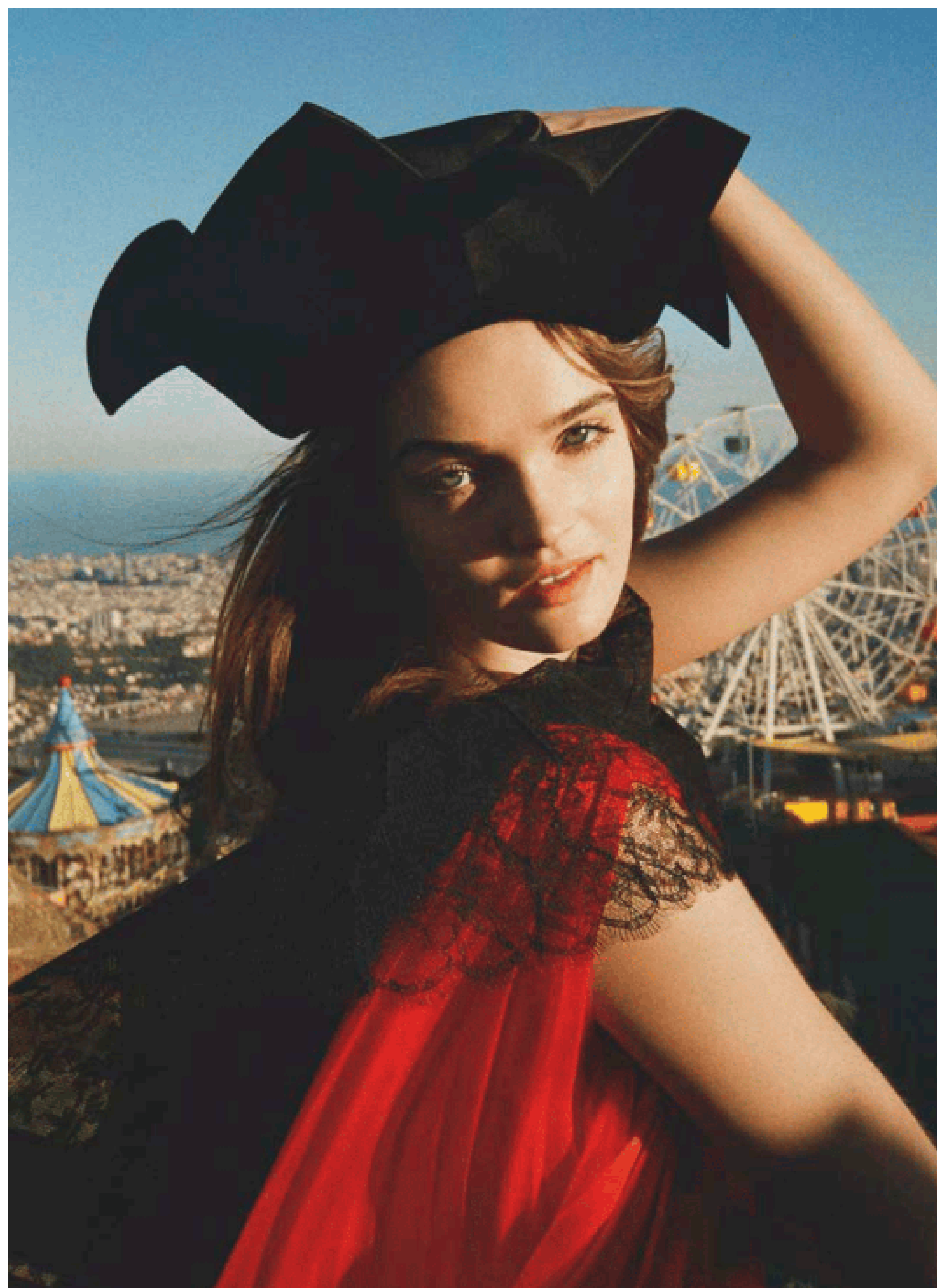
EDICIONES CONDÉ NAST S.L.
(PUBLICIDAD Y REDACCIÓN) PASEO DE LA CASTELLANA, 9-11 28046 MADRID.

VOGUE ESPAÑA NO SE HACE NECESARIAMENTE RESPONSABLE DE LAS OPINIONES VERIDAS POR LOS COLABORADORES EN SUS ARTÍCULOS. © EDICIONES CONDÉ NAST S.L. RESERVADOS TODOS LOS DERECHOS. PROHIBIDA SU CITA, REPRODUCCIÓN, EDICIÓN O TRANSMISIÓN TOTAL O PARCIAL POR CUALQUIER MEDIO Y EN CUALQUIER SOPORTE SIN LA AUTORIZACIÓN ESCRITA DE EDICIONES CONDÉ NAST S.L. AUN CUANDO LA PROCEDENCIA, DIFUNDIRSE A CEDRO SI NECESITA REPRODUCIR ALGUN FRAGMENTO DE ESTA OBRA: WWW.CONCUBENCIA.COM. DEPÓSITO LEGAL: M-25788-2012 / ISSN 0750-3549

EDICIONES CONDÉ NAST S.L. ES UNA
EMPRESA SOSTENIBLE CERTIFICADA POR:



Febrero



18 CARTA
20 HAN COLABORADO

EN VOGUE

22 TENDENCIAS
Prendas funcionales, accesorios encantadores y una paleta de colores primarios consagran esta primavera.

46 DISEÑADORA
Zoe Oms ha logrado sentar las bases de su marca artesanal tras presentarse, casi por casualidad, a la pasarela 080 de Barcelona.

*En portada y arriba,
Lulu Tenney lleva top y
tocado, ambos de DIOR.*

*Fotografía: SEBASTIÁN
FAENA. Estilismo:
Harry Lambert.
Peluquería: Anna Cofone
(R3-MGMT) para Authentic
Beauty Concept.
Maquillaje: Jose Carlos
Gonzalez (Uno Artists) para
Dior Beauty. Producción:
247PLUS.
Modelo: Lulu Tenney
(Lumien Creative).*

52 ANIVERSARIO
El estampado Monogram de Louis Vuitton cumple 130 años como símbolo del lujo atemporal.

AGENDA

58 MÚSICA
La trombonista, cantante y compositora Rita Payés defiende su particular repertorio en una gira onírica por medio mundo.

62 LIBROS
Las editoriales independientes barcelonesas se consolidan en las últimas décadas y dan que hablar con sus catálogos asombrosos.

66 ARQUITECTURA
La urbanista Maria Buhigas destaca la oportunidad única para mirar, pensar y pasear por Barcelona desde un prisma diferente con motivo de la capitalidad mundial en la materia en 2026.

BELLEZA

68 ENVEJECIMIENTO
La longevidad –tema de conversación recurrente y motor de la industria del bienestar– y su vínculo con el estilo de vida de los países mediterráneos.

72 NUTRICIÓN
Dieta equilibrada y apoyo cosmético tópico, verdades, medias verdades y mitos.

74 PERFUME
La Collection Privée de Dior es un homenaje a la historia del cuero, pero a la manera de Francis Kurkdjian.

76 'FITNESS'
El 'pole dance' sube posiciones como deporte de moda, pese a estar aún rodeado de prejuicios.

78 MAQUILLAJE
La primavera invoca el color y llegan nuevos productos que reinventan usos y texturas.

86 CABELLO
Las rutinas capilares y su eterna obsesión por lograr la melena perfecta.

Miss Dior

THE NEW ESSENCE



DIOR



88 **LONGEVIDAD**
El doctor Jean-Marc Lemaitre se suma al equipo científico de Caudalie para ‘reprogramar’ el proceso de envejecimiento.

LIVING

90 **ESPACIO**
Vivienda familiar y galería de arte, así es la sede de Vasto Gallery; una antigua fábrica que acoge ahora el proyecto expositivo de Carmen Riestra.

98 **GASTRO**
Ver Aguas, el proyecto a la vanguardia de la escena culinaria nacional que va más allá del ‘catering’ al uso.

102 **BIENESTAR**
El recién estrenado Barcelona Pool House, templo consagrado a un único objetivo: que el ‘wellness’ integral deje de ser una quimera.

Arriba, Yar Aguer lleva chaqueta, ‘culotte’, pendientes y zapatos, todo de CHANEL. A la derecha, Lulu Tenney luce top, pantalón y tocado, todo de DIOR; y zapatos de RUSSELL & BROMLEY.

MODA Y REPORTAJES

- 104 **¡HOLA, BARCELONA!**
Las tendencias de la nueva temporada encuentran en la Capital Mundial de la Arquitectura en 2026 el escenario perfecto para pasear su carisma libre e intelectual.
- 128 **ENTRAR A VIVIR**
La artista Luna Paiva y el empresario Pablo Bofill, ante el objetivo de su amigo Sebastián Faena, con La Fábrica y Mont-ras cómo telón de fondo.
- 138 **OBRA MAESTRA**
‘Looks’ elevados que seducen con volúmenes y texturas se funden con obras de Joan Miró y la arquitectura de Josep Lluís Sert.
- 150 **MADE IN BARCELONA**
Los 15 rostros que agitan el panorama cultural barcelonés y que vuelven a poner a la ciudad en el mapa.
- 164 **FIEBRE ‘PREPPY’**
El estilo fácil triunfa y la moda se llena de guiños nostálgicos que revisitan los clásicos de la Ivy League.
- 178 **EL DESEO**
La silueta del bolso Beau de Miu Miu se reinventa.





Magic Moments at rabat.net

RABAT

High Diamond Jewellery



Sebastián Faena,
fotografiando a
Lulu Tenney
en las calles
de Barcelona.

B

asta poco, cuando algo basta, para prender la mecha de la fascinación en esta redacción. Una anécdota trivial, un viaje a alguna parte, un descubrimiento, una imagen arrebatadora o una efeméride desembocan con facilidad en portfolios, artículos, editoriales o números. BARCELONA es todo ello y, también, un vocablo con la capacidad de embaucar a una comunidad creativa internacional ansiosa por formar parte de su historia. Sinónimo de creación con mayúsculas, es el lugar en el que nunca hubo que elegir entre un fondo de la playa, montaña o ciudad; un filtro capaz de imprimir diseño, buen gusto y monumentalidad a todo lo que toca. Lo hicimos centro de gravedad de este número casi por justicia poética y, dado que nunca he sido particularmente buena en señalar las causas y motivos de mis filias, acudo a las

palabras de las voces y transeúntes que la hacen posible. Todos coinciden en celebrar esa EFERVESCENCIA que surge de sus calles y barrios emblemáticos—también, y en especial, de los periféricos—; todos son conscientes del privilegio de un diálogo constante entre disciplinas que emerge de su asfalto, al que tanto debemos en cuanto a construcción de utopía urbana, pero también de imaginario colectivo y producto cultural. La ciudad de los prodigios es, en pleno Año Gaudí, Capital Mundial de la Arquitectura por la Unesco y aquí comienza un retrato de sus espacios—públicos, privados, saturados y ocultos—, sus protagonistas—consagrados, noveles, oriundos y foráneos— y de la estela de esa chispa que enciende una MAGIA imposible de emular, anidada en las más auténticas de sus aristas. Allí quisimos buscar. Aquí, nuestro homenaje.

swatch[®] 

×

GUGGENHEIM



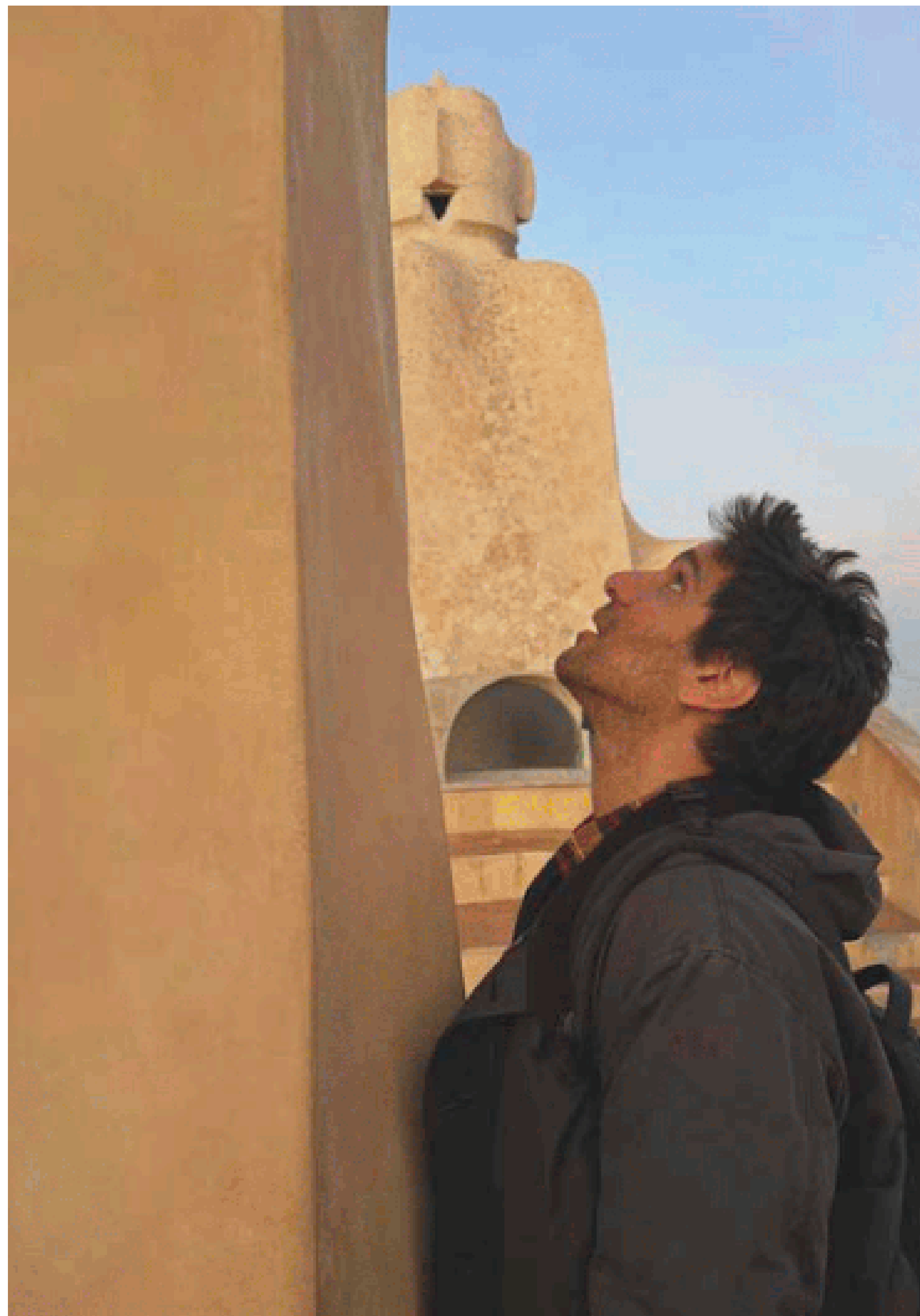
Sebastián Faena

Aunque es oriundo de Buenos Aires, el fotógrafo de nuestra portada de febrero tiene una intensa relación con la Ciudad Condal. “Barcelona me fascinó desde el primer día. Y me sorprendió lo poco que me habían hablado de ella, porque para mí fue la número uno: original, con ideas propias, casi irreal. El Pabellón Mies van der Rohe, el barrio Gótico, la Barceloneta, el Tibidabo... todo parecía un parque de atracciones para adultos. Estas fotos nacen de caminarla así, un domingo cualquiera, dejándome llevar. Solo quería mostrar lo que a mí me enamora de ella”, confiesa de la ciudad, protagonista absoluta de este número con motivo de su capitalidad mundial de la arquitectura en 2026. El resultado puede verse en *¡Hola, Barcelona!* ➔ 104



Santi Sierra

“¡Fun y abajo el minimalismo!”. Con esta declaración de intenciones resume Santi Sierra el espíritu de sus imágenes. Tras colaborar con firmas como Carolina Herrera y cabeceras como *i-D Magazine*, el fotógrafo se estrena en las páginas de la revista con un vibrante reportaje que anticipa las tendencias de la próxima temporada con una mirada lúdica y optimista. *¿Qué hay de nuevo?* ➔ 22



Harry Lambert

El inglés se ha consolidado como una de las figuras clave del panorama actual como estilista de celebridades y codirector creativo de Pleasing. En su trabajo, el vestuario funciona como una herramienta narrativa y, en este número, Lambert reafirma su capacidad para convertir el estilo en un lenguaje propio. Lo demuestra en nuestro editorial de portada, *¡Hola, Barcelona!* ➔ 104



Leticia Sala

Nacida en Barcelona en 1989, la autora se formó y ejerció el Derecho antes de encontrarse para siempre con la escritura. En este número, Sala, que ha publicado tres libros –*Scrolling After Sex* (2018), *In Real Life* (2020) y *Los cisnes de Macy's* (2023)– regresa a nuestras páginas con una oda a su ciudad natal. “Escribir una carta de amor a Barcelona ha sido como hacerlo sobre mi espalda: forma parte de mí, me sostiene entera, pero no siempre es fácil de ver”. Una reflexión que puede leerse en *Toda una vida pisando flores* ➔ 107



Carlos Folmo

El fotógrafo, que ha trabajado para firmas como Mango y Massimo Dutti, debuta en este número en las páginas de *Vogue España* con un portfolio que retrata a algunos de los talentos más vibrantes de la Ciudad Condal, donde él también reside. “Compartir espacio con creativos de Barcelona ha sido un placer, ya que me permitió entender cómo influye en su manera de crear”, confiesa. El reportaje completo está en *Made in Barcelona*. ➔ 150

TOUS



**SIENTE UN FLECHAZO
INESPERADO**

TOUS.COM

VOGUE



BARCELONA

En esta página, América
González lleva chaqueta
vaquera, de LEVI'S; anillo
Entre les Doigts Two
Butterfly de oro rosa con
nácar y diamantes y collar
Vintage Alhambra 20
Motivos de oro amarillo y
cornalina, ambos de VAN
CLEEF & ARPELS. En la
página siguiente, zapatillas
LV Sneakerina de terciopelo,
de LOUIS VUITTON.

¿QUÉ HAY DE NUEVO?



La consagración de la PRIMAVERA (y de sus nuevas colecciones para 2026) se materializa en una paleta de colores PRIMARIOS, una sucesión de prendas FUNCIONALES y unos accesorios ENCANTADORES. Fotografía SANTI SIERRA. Estilismo PATRICIA LÓPEZ.



Zapatos Origami Flap Back 70 de piel, de LOEWE.

*Sobrecamisa de FENDI;
sujetador Emma de seda,
de INTIMISSIMI; 'culotte'
de punto, de RABANNE;
y salones Duchesse de
ante y sombrero, ambos
de BALENCIAGA.*



*Chaqueta Liam de
piel, de ZADIG &
VOLTAIRE; top y
falda en colaboración
con Cecile Feilchenfeld,
de ZOMER.*



Natura Bissé
Barcelona

FIRMEZA PARA PIELES EN
REVOLUCIÓN
HORMONAL

ESSENTIAL SHOCK
(R)EVOLUTION

PRO-EXO PROTEIN SYSTEM™

Tecnología pro-exosomas con proteínas y péptidos

DESCUBRE MÁS EN [NATURABISSE.COM](https://www.naturabisse.com)



VOGUE



BARCELONA



Zapatos Cœur de piel, de DIOR.

*Vestido de popelina de algodón,
de CHLOË; pendientes T T1
de oro con pavé de diamantes,
colgante Soleste de platino y
oro con diamantes blancos y
diamante amarillo central y
anillo Victoria Vine de platino
con diamantes y tanzanita,
todo de TIFFANY & CO.*



*Americana de DRIES
VAN NOTEN; 'mule' de
FERRAGAMO; gafas de
RAYBAN en SUNGLASS
HUT; y guantes de piel, de
GUANTE VARADÉ.*





LOLA CASADEMUNT

SINCE 1981



VOGUE



BARCELONA



Vestido Chino, de PRADA; y, como fondo, tejido de tapicería Ferrand, de FROCA.

*Sandalias Fendi Arco
de piel, de FENDI.*





Bolso M mini, de MAJE.

*Vestido de GUESS;
y medias de FALKE. En
ambas páginas, tejido de
tapicería Amir, de FROCA.*



Vestido de seda, de EMILIA WICKSTEAD; cárdigan de cachemir, de LLOYD'S en EL CORTE INGLÉS; y reloj Lavendaze, de SWATCH.



NUEVO

ISDIN COVERAGE

EL PRIMER MAQUILLAJE CON
MUY ALTA PROTECCIÓN ISDIN

SPF 50+

UVB **(UVA)** LUZ AZUL POLUCIÓN

A.G.E. PROTECT ACTIVE

Mejora la elasticidad y firmeza de la piel

5
TONOS

 **ISDIN**
LOVE YOUR SKIN

DISPONIBLE
EN FARMACIAS



VOGUE



BARCELONA



Mocasines Anton Walk de piel, de LORO PIANA.

*Abrigo, jersey y gorro,
todo de LORO PIANA;
y reloj Royal Oak
automático 34 mm con
caja de oro blanco y bisel
engastado con diamantes, de
AUDEMARS PIGUET.*





*Jersey de DESIGUAL X
EGONLAB; 'short' Jaretas de
tafeta, de PALOMO; medias de
CALZEDONIA; sandalias
de JIMMY CHOO; y sombrero
de MAISON OLA.*

Everyday Staples

transitional capsule

ese 0 ese

VOGUE



BARCELONA



Bailarinas de piel trenzada y acabado metalizado, de GIOSEPPO.

*Capa de punto de seda
bicolor, blusa de seda con
lazo y pantalón vaquero,
todo de DIOR.*



*Bolso Bonnie de ante,
de PRADA.*





Vestido en mezcla de algodón, de LOEWE.

*Maquillaje y peluquería: Fidel Fernández (Another Agency) para Dior Beauty y Keune. Atrezo: Jérémy Blasco (CUATROESE).
Ayudante de estilismo: Sandra Pardo. Ayudante de fotografía: Sandra Angstadt. Modelo: América González (Rich Mgmt).*

*'Look' de la colección
primavera-verano
2026 que ZOE OMS
presentó en 080
Barcelona Fashion.*



Primeras VECES

La diseñadora catalana ZOE OMS se presentó por casualidad a la pasarela 080 BARCELONA FASHION y le salió bien la jugada. En dos temporadas ha conseguido sentar las bases de su marca artesanal HIPERFEMENINA. Por NURIA LUIS.

D

os colecciones le han bastado a Zoe Oms (Barcelona, 2000) para dejar claro que es una diseñadora con las ideas muy claras. La catalana representa una de las apuestas más frescas del panorama nacional, y no solo por desmarcarse de la estética dosmilera que predomina entre las firmas de moda nacidas en los últimos años. Además, ha sido capaz de asentar en tiempo récord unos códigos muy visuales por los que ya es reconocible. En la pasarela de 080 Barcelona Fashion, donde debutó en 2024, puso de manifiesto que su intención es oscilar entre lo delicado y lo oscuro, con unas inspiraciones muy claras: “Desde pequeña, tanto la fotógrafa Petra Collins como las películas de Sofia Coppola han sido dos de mis principales referentes”, apunta. “Es esa atmósfera de adolescencia tan pura, frágil y sensible, pero a la vez, fuerte”, sostiene, mientras cita el romanticismo decimonónico que también impregna sus creaciones artesanales y maximalistas. “Ahora mismo no pueden faltar en mis *moodboards* ni Paolo Roversi ni Deborah Turbeville”, añade, en alusión al estilo más sombrío que caracteriza a estos dos fotógrafos de moda.

Oms se alinea con la forma de concebir las prendas que tienen creativas como Simone Rocha o Cecilie Bahnsen, de las que se declara fan absoluta. En sus colecciones proliferan las mangas farol, los volúmenes y los encajes. Se trata de forzar los elementos tradicionalmente asociados a la mujer para explorarlos desde todos los ángulos. Y en ese propósito la lencería juega, por supuesto, un papel fundamental: “Me atrae la idea de descontextualizar algo tan íntimo y vulnerable para que exprese

individualidad y fortaleza”, comenta. La suya es una revisión de la hiperfeminidad clásica en la que “no hay espacio para la mirada masculina”, pero desde una perspectiva más cañera. Aquí evoca el trabajo de creadores japoneses como Noir Kei Ninomiya: “Es un poco más punk, con muchas piezas metálicas y elementos muy técnicos”.

En esos derroteros tan funcionales como etéreos se mueve precisamente Cloud, la propuesta de primavera-verano 2026 que presentó el pasado mes de octubre en la Ciudad Condal. Se inspiró en el ambiente recargado y melancólico londinense para cuestionar cómo afecta a las personas el tiempo nublado, tanto a nivel emocional como estilístico. “Buscaba explorar desde el detalle diferentes elementos de la ropa de lluvia. Por ejemplo, cómo funciona un arnés encima de un vestido delicado, que aporta estructura pero a la vez sirve de armadura emocional”, comenta al respecto de la superposición en sus *looks*. Tanto por su cuerpo como por su maleabilidad, el tafetán es uno de los protagonistas de la colección, al que le suma otros como el tul o los tejidos impermeables, con los que nunca antes había trabajado. A nivel cromático, la diseñadora se restringe al contraste del blanco y al negro. Aun así, es una ampliación de su paleta tonal, ya que su anterior colección, Ribbons and Ruffles, fue monocolor: “Pensé que el blanco me ayudaría a ser perfeccionista con los detalles y todo lo que involucraba en cuanto a texturas y siluetas. Además, simboliza este principio de pureza, casi virginal, de los vestidos”, recuerda al respecto de su desfile debut, muy al estilo de *Las vírgenes suicidas*.



Vestido negro de la colección 'Cloud', de ZOE OMS.

“Me MOTIVA mucho tener otro empleo que no es mi vocación, porque así me lo curro más cuando estoy en el TALLER. Me da energía para estar totalmente PRESENTE en lo que me gusta”.



Junto a estas líneas, retrato de la diseñadora catalana.

Que la creativa catalana se encuentre en la línea de salida no es casualidad. En realidad, el suyo es un proyecto que lleva fraguándose a fuego lento desde 2022, cuando terminó sus estudios de diseño en el London Fashion College of Fashion. Tras hacer prácticas en la firma de punto Katya Zelentsova (en Londres) y en OnrushW23FH (en Barcelona), se aventuró a lanzar un proyecto propio. Oms, que está especializada en moda femenina, reconoce que ya desde los cuatro años tenía clara su vocación: “Dibujaba mis diseños en papel y me los enganchaba con celo”, confiesa. “Además, mi abuela me hacía disfraces superfantásticos. Yo era una niña muy tímida, así que esos vestidos me permitían ser un poco más libre”, revela. En los últimos años ha estado moviéndose a caballo entre Londres y su ciudad natal, pero ahora se ha asentado definitivamente en Barcelona, donde dice que es más factible poder crear su marca. Tiene el taller ubicado a las afueras y ella es la única persona en el equipo. Cuenta que concibió Cloud en cinco meses, con la única ayuda de dos chicas de prácticas. “No tuve verano”, bromea. “Es abrumador trabajar así, pero funciona mejor bajo presión. Me lo paso bien”.

La comercialización y la creación de una página web propia son dos de los próximos pasos para la marca. A excepción de algún pedido a medida, de momento Zoe Oms no es una empresa que genere ningún tipo de ingresos. Aguantar así, a pulso, la creación de las colecciones y la presentación en la pasarela catalana supone un gran esfuerzo económico. Por eso Oms lo compagina con un contrato de dependienta a media jornada: “Me motiva mucho tener otro empleo que no es mi vocación, porque así me lo curro más cuando estoy en el taller. Me da energía para estar totalmente presente en lo que me gusta”, expone. Por el momento todos los trabajos le han llegado a través de redes sociales, con las que dice tener una relación amor-odio: “Me han traído cosas muy buenas, pero es un poco infierno no poder desconectar ni un minuto. Resulta terrible estar pendiente de los likes y los mensajes, pero es supernecesario”, admite.

LUPO



C/ MALLORCA 257,
08008 BARCELONA

LUNES - SÁBADO
10:00 - 20:30

WWW.LUPOBARCELONA.COM

VOGUE



BARCELONA

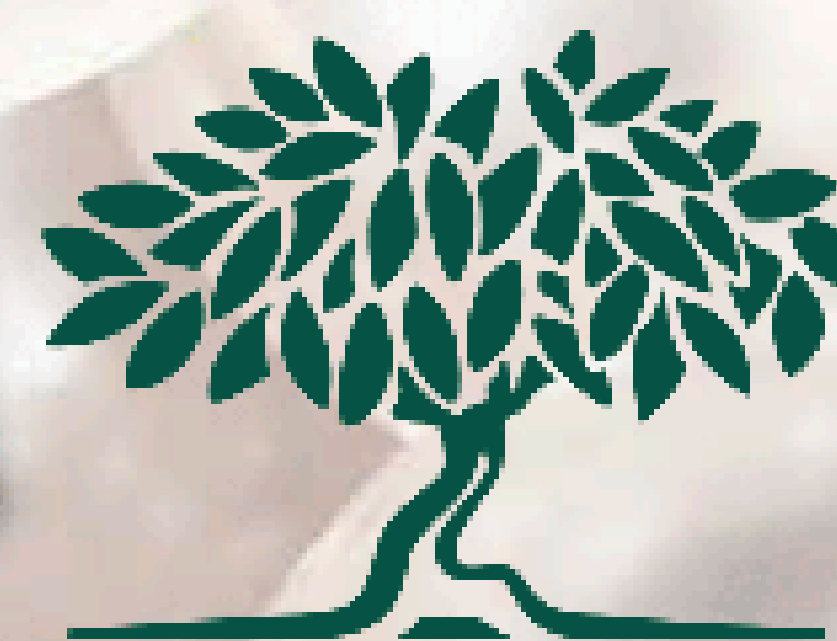


ANTIMANCHAS O ANTIEDAD, ¿POR QUÉ ELEGIR?

(1) Test de uso - 42 voluntarias - % de mejora evaluado por un dermatólogo tras 56 días. (2) Tecnología ALFA (3R) - Extracto de Alfalfa + Ácido Hialurónico + Extracto de Hemerocallis Fulva.
(3) Test in vitro. (4) GERSDATA - BOGEARLY - Mercado dermocosmético reconstituido - Segmento de Marcas Naturales - Valor (facturación con IVA en €) - Farmacias y parafarmacias francesas - MAT junio 2025.

NUXE

P A R I S



Nuxuriance
ULTRA

THE ANTI-DARK SPOT
+ ANTI-AGING CREAM

SPF 30

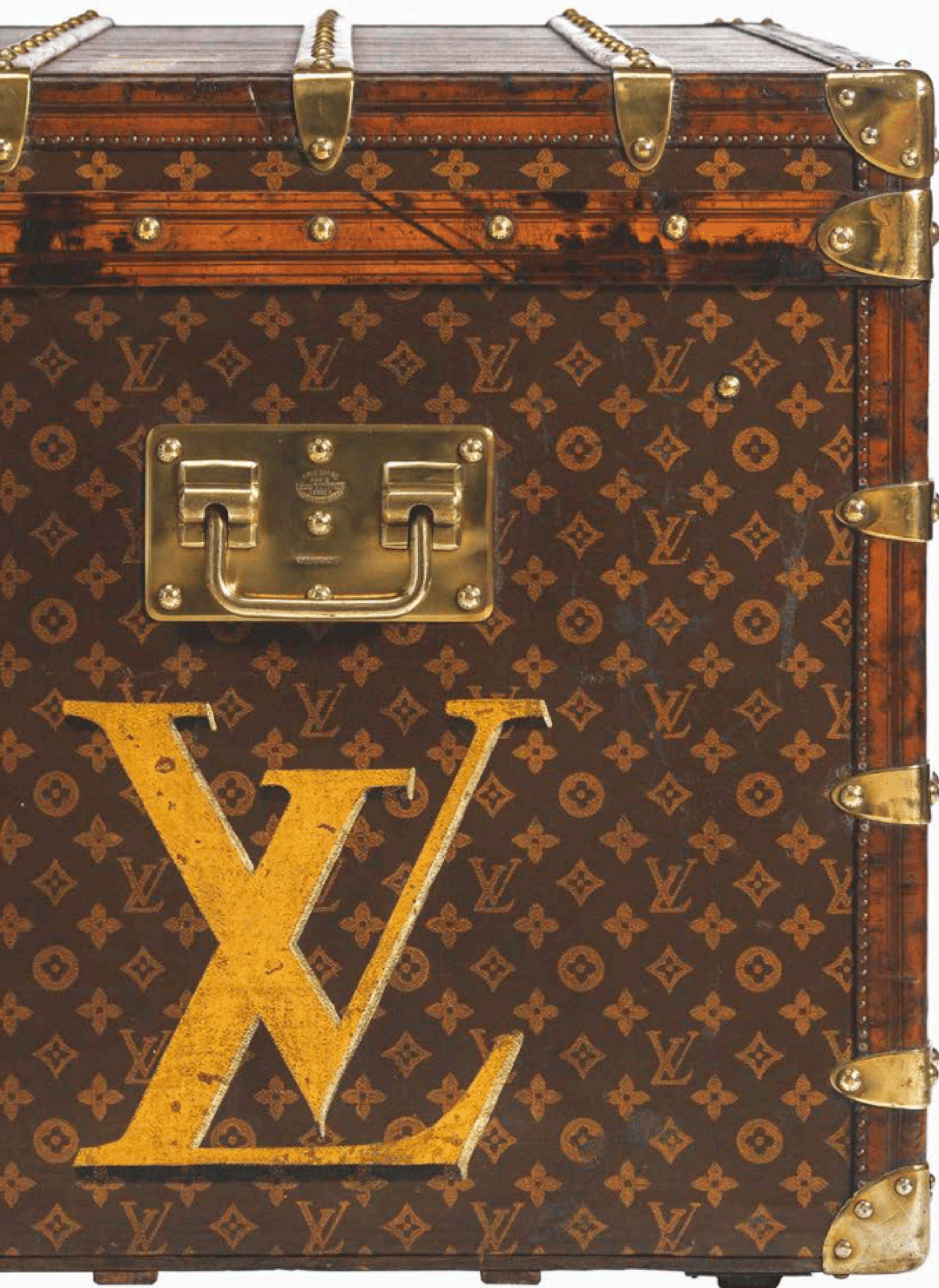
ALFA [3R] TECHNOLOGY
5% NIACINAMIDE

-47%
INTENSIDAD
DE LAS
MANCHAS⁽¹⁾

INNOVACIÓN ANTIMANCHAS + ANTIEDAD

La nueva Crema Antimanchas + Antiedad SPF30 ofrece una doble acción experta para tratar las manchas y los signos del envejecimiento. Su fórmula altamente eficaz combina un 5 % de Niacinamida con la Tecnología ALFA [3R]², más eficaz que el retinol³, en una textura invisible y ultrasensorial con protección SPF30. Las manchas parecen visiblemente reducidas; la piel se ve más firme, lisa y uniforme.





El BAÚL de los RECUERDOS

El inconfundible estampado MONOGRAM de LOUIS VUITTON cumple 130 años. Más de un siglo en el que, lejos de envejecer, ha sabido adaptarse y, sobre todo, reivindicarse como símbolo indiscutible del lujo atemporal. Por NUALA PHILLIPS.

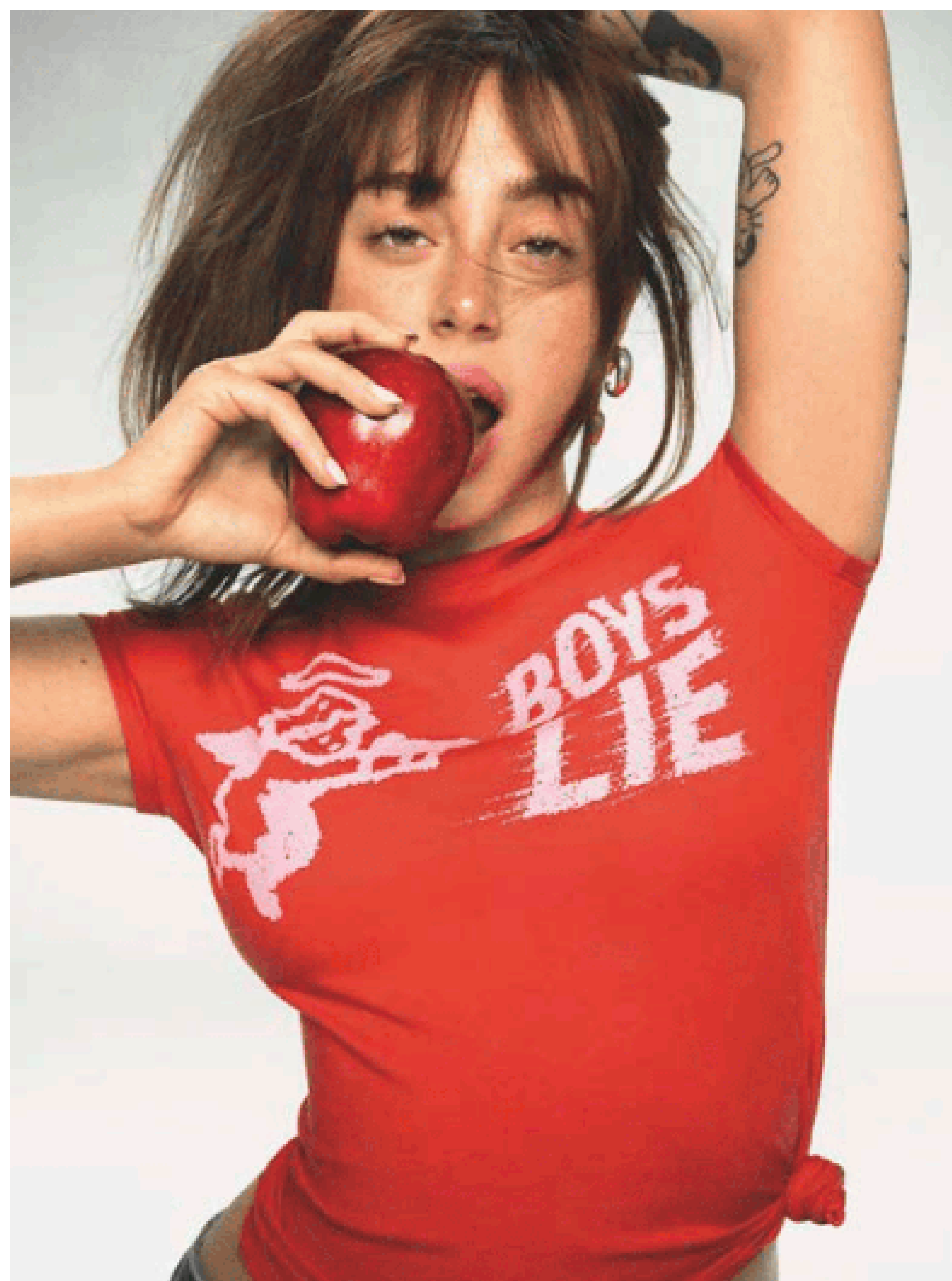
S

e dice del buen vino, del queso y, en pleno 2025, bien podría decirse del Monogram de Louis Vuitton: el tiempo aporta profundidad. Y es que 130 años después de su creación, el emblemático estampado de la *maison* francesa continúa plenamente vigente, consolidado como un auténtico símbolo de estatus y lujo.

De hecho, en sus orígenes, este *print* nació precisamente como herramienta contra las imitaciones y copias que ya habían comenzado a surgir en torno a los codiciados bolsos y baúles Vuitton. Más de un siglo después, la L y la V entrelazadas continúan siendo un reclamo de calidad, pero también de exclusividad a la antigua usanza.

Al frente de las manos expertas que dan forma a cada una de las creaciones, como responsable de *savoir faire*, se encuentra Pierre-Louis Vuitton, descendiente directo del fundador y cancerbero del legado cualitativo de la firma que conoce como nadie el encanto subyacente tras cada uno de los diseños de la marca. “La historia del nacimiento del Monogram es muy curiosa, porque en realidad no fue Louis, sino George Vuitton –su hijo– quien lo concibió 40 años después de la creación de la *maison*. Louis, por su parte, se centró en la investigación en torno al tejido *canvas*, un material que conlleva muchas horas de trabajo y que, combinado con el motivo del logo, resulta especialmente interesante”, destaca sobre ese *allure* que todavía hoy conserva el reconocible estampado.

Reinterpretado hasta la extenuación por artistas y directores creativos, el Monogram ha sabido, no obstante, adaptarse a los nuevos tiempos y tendencias a través del uso del color o la mezcla de otros elementos. En este sentido, Pierre-Louis destaca un punto de inflexión que, a su parecer, definió la trayectoria contemporánea de este hito. “La



Un SAN VALENTÍN que rompe las NORMAS

Sabe como nadie lanzar una carrera (y triunfar) en plena era de la viralidad. Desde que comenzó a dar sus primeros pasos profesionales, Nicki Nicole se ha convertido en un nombre propio con fuerza en la escena musical; cada lanzamiento bate récords en YouTube y su legión de seguidores en redes se cuenta por millones. Pero la argentina no solo es conocida y reconocida por sus dotes artísticas, su estética y el mensaje que transmite a través de ella no pasan desapercibidos. Su pasión por la moda está latente en cada concierto, en cada post y en cada aparición pública, como la que hizo el pasado mes de

FIELES AL AMOR (PROPIO)

En Desigual x Nicki Nicole Valentine's Day 2026, la ironía está servida. Desde la camiseta *Boys Lie*, que desafía con humor los límites del amor romántico, hasta la reinención de los códigos tradicionales de la firma, esta propuesta es un firme alegato para vestir con confianza y amor propio. Corazones, flechas, flores y manzanas son el hilo conductor de una colección en la que prendas (sobre todo vestidos que realzan el cuerpo y mezclan asimetrías, drapeados y transparencias), piezas vaqueras y accesorios (como el minibolso en forma de corazón y el bolso con forma de labios) forman parte de un juego en el que la celebración de esta fecha tan especial se convierte en símbolo de actitud y expresión personal.



~
**NICKI NICOLE
SE CONVIERTE
EN LA IMAGEN
DE LA CAMPAÑA
BOYS LIE,
UNA NUEVA
PROPUESTA DE
DESIGUAL QUE
NO PASA
DESAPERCIBIDA**

septiembre en el desfile de Desigual STUDIO en Barcelona y que supuso el punto de partida de una relación basada en una conexión natural entre ambas. La evolución de este idilio les ha llevado al lanzamiento de una campaña conjunta con motivo de la colección Valentine's Day de Desigual, *Boys Lie*, en la que la actitud, el amor propio y la reinención de los códigos clásicos ofrecen una imagen potente que transmite que el amor y el deseo comienzan por la autonomía personal. En esta ocasión, Nicole, a modo *self-love goddess* absoluto, es la protagonista de una propuesta que destila magnetismo y autosuficiencia; que elige, nunca espera ser elegida ♣

*“Es la combinación
de ambos aspectos
—ESTÉTICA y
‘SAVOIR FAIRE’—
lo que crea un
PRODUCTO
AUTÉNTICO”.*

En la página anterior, baúl 'vintage' con estampado Monogram, de LOUIS VUITTON. Bajo estas líneas, ilustración antigua con varios baúles de viaje LOUIS VUITTON.



llegada de Marc Jacobs y el primer desfile con Takashi Murakami fue la primera vez que aplicamos colores al *canvas* y cambiamos radicalmente su aspecto”, admite. “Además, también supuso una reinención tecnológica de la impresión del monograma y, curiosamente, coincidió con el momento en que me incorporé a la empresa”, recuerda nostálgico.

En contraposición a esa estética que ha ido evolucionando, el experto recalca una vez más el papel decisivo del *know how* que, al contrario de lo que ocurre con el *print*, apenas ha mutado con el paso de los años. Un cuidado por el detalle, según el propio Pierre-Louis puntualiza, que es clave a la hora de elevar al Monogram a la categoría de objeto de deseo. “Es la combinación de ambos aspectos [estética y *savoir faire*] lo que crea un producto auténtico. La técnica del bordado, el proceso minucioso con el que nos aseguramos de que el estampado esté correctamente colocado en un bolso... Necesitamos esforzarnos al máximo para tener el mejor producto posible y marcar la diferencia”.

Precisamente con esa diferencia en mente, Louis Vuitton reinterpreta hoy cuatro de sus iconos Monogram: el bolso Neverfull, el Speedy, el Alma y el Noé. Un elenco de impacto que regresa como estandarte de esa herencia de lujo y viaje que encarna Vuitton, pero también como recordatorio del estatus de icono *pop* que todavía hoy ostenta el estampado más reconocible de la casa. “Si tuviese que recomendar un modelo con el que iniciarse en el maravilloso mundo de los bolsos de lujo, desde luego recomendaría hacerlo con un bolso de lona con monograma”, admite Pierre-Louis, sabedor de que la mayoría de sus *best sellers* pertenecen a este grupo. De hecho, según estadísticas de la web Global Growth Insights, Vuitton lidera con aproximadamente el 17,3 % de la cuota del mercado mundial de bolsos de lujo en 2025, con ingresos de 6.100 millones de dólares solo por bolsos.

Claro que, lejos de cifras y economía, Pierre-Louis se deja llevar por el sentimentalismo a la hora de decantarse por su modelo favorito: “A menudo la gente se decanta por un Speedy o un Keepall, que son dos de los diseños más populares, pero personalmente, me encanta el Mini HL [una versión muy reducida del Speedy] debido a su historia”, dice con una sonrisa. “Ese fue el bolso que mi tío abuelo creó para su nieta. Hizo un Speedy muy, muy pequeño para ella, que entonces tenía menos de diez años. Es un producto muy bonito y es también el primer bolso con monograma creado para una niña. Me encanta esta historia y hace que le guarde un cariño especial a este modelo”.

No obstante, para todas aquellas que prefieran el pragmatismo a la emotividad, la reinterpretación de estos cuatro clásicos propone precisamente todo aquello que ha hecho célebre a los bolsos Vuitton: funcionalidad, versatilidad y atemporalidad. Una apuesta sin fisuras que aboga por impulsar cuatro de los modelos más establecidos —y codiciados— de la *maison*. “Nos encanta celebrar todo tipo de aniversarios en Vuitton, pero este se siente muy especial. Al final es un homenaje, pero también es una forma de sumergirnos en el archivo y redescubrir la historia del Monogram”, cuenta Pierre-Louis. “Disfruto mucho explorando”, subraya. ¿Y acaso hay algo que resuma mejor el espíritu de su familia que el de la necesidad de explorar? Pues eso.

Un AROMA único con inspiración CELESTIAL

Xerjoff lanza Gibeon, su 17.^a fragancia de la colección Shooting Stars, un paraíso olfativo con un relato fascinante.

EN LA LEJANA NAMIBIA

Allí cayó el meteorito Gibeon en tiempos prehistóricos, y así se llama el nuevo perfume de Shooting Stars, de Xerjoff. Empolvada, etérea y misteriosa, esta fragancia esconde la suavidad del neroli, el orris y la rosa búlgara, que complementa con vainilla de Madagascar y haba tonka. El almizcle limpio y el cedro completan un fondo único.

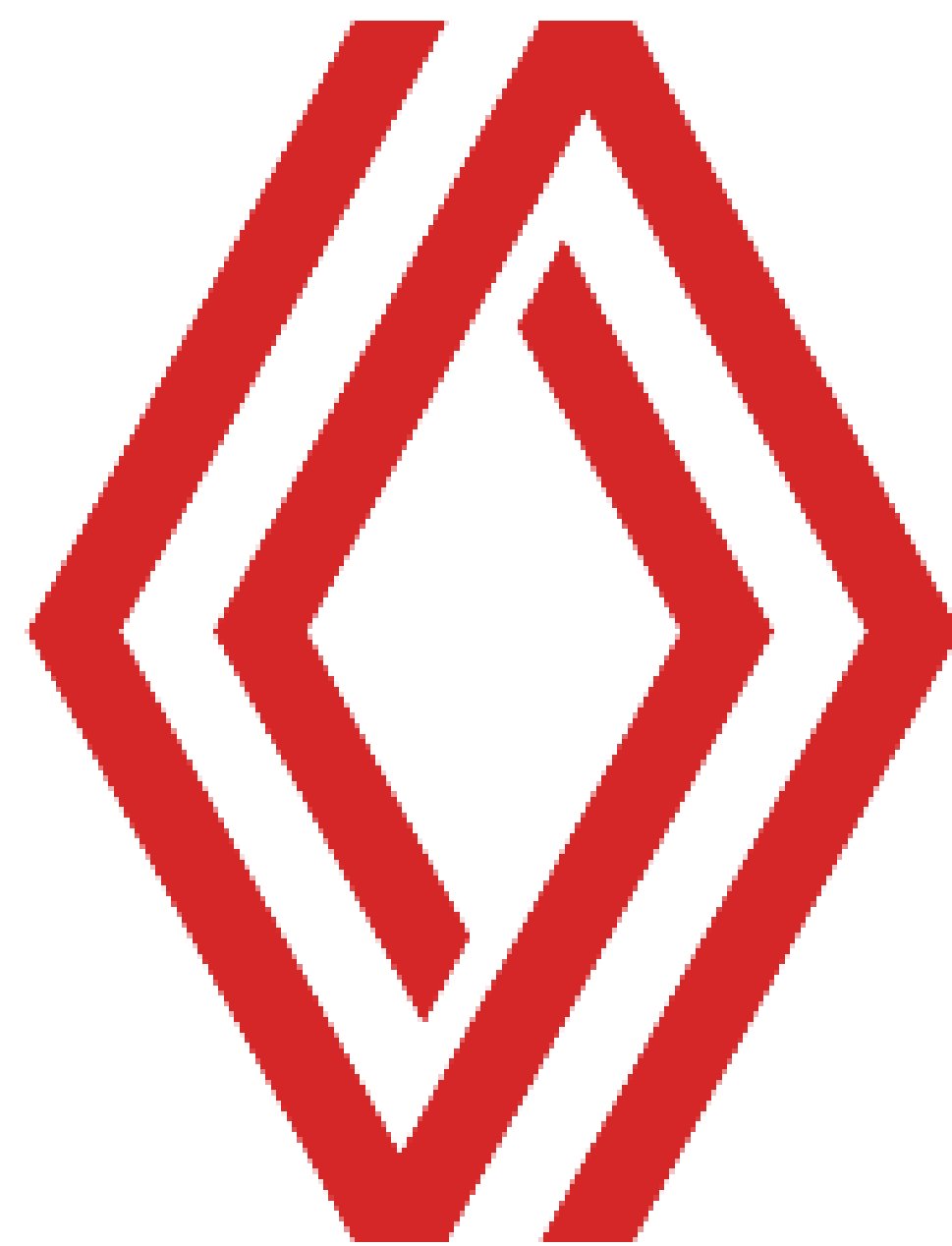
UNA HISTORIA CÓSMICA

En 2007, y tras una visita al Museo de Historia Natural de Londres, Sergio Momo, fundador de la casa de perfumería nicho Xerjoff, creó Shooting Stars, una segunda línea de fragancias inspiradas en la impresión que le causó el descubrimiento del impacto del meteorito Sikhote-Alin en Siberia Oriental. Cada perfume de la colección lleva el nombre de una estrella y va acompañado de un fragmento de meteorito certificado.



~

LOS FRAGMENTOS EN EL DESIERTO DEL KALAHARI DE GIBEON, METEORITO QUE DA NOMBRE A LA NUEVA FRAGANCIA DE XERJOFF, FUERON DECLARADOS MONUMENTO NACIONAL EN 1950

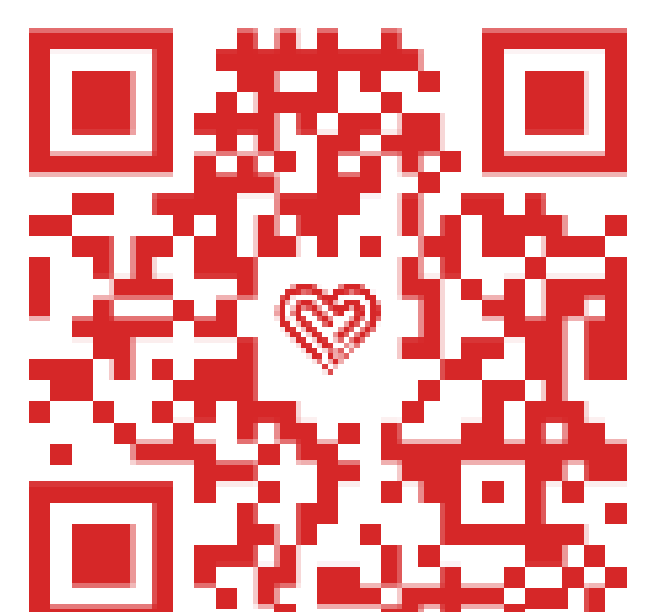


NUEVO RENAULT CLIO

160 CV - 116 KW

HASTA 1.000 KM DE AUTONOMÍA⁽¹⁾
FULL HYBRID E-TECH AUTORRECARGABLE
29 SISTEMAS AVANZADOS DE ASISTENCIA A LA CONDUCCIÓN⁽²⁾
HASTA UN 80% DE CONDUCCIÓN ELÉCTRICA EN CIUDAD⁽³⁾
CON GOOGLE INTEGRADO⁽⁴⁾ Y MÁS DE 100 APPS⁽⁵⁾

descúbrelo





**también disponible en motorización gasolina TCe 115 CV – 85 kW,
y próximamente GLP Eco-G automática 120 CV – 90 kW⁽⁶⁾**

(1) con el depósito lleno según datos wltp (2) asistente predictivo de conducción ecológica disponible en 2026 (3) en cielo urbano wltp (4) Google, Google Play, Google Maps, Waze y las otras marcas son marcas de Google LLC (5) dependiendo del país (6) primavera 2026. consumo mixto mín./máx. (l/100 km)*: 3,9-4 emisiones de CO₂ mín./máx. (g/km)*: 89/92 valores provisionales, homologación en trámite. *según datos wltp.

Renault recomienda  **Castrol**



A la izquierda, Rita Payés
en una imagen promocional
de su tercer disco.



Maneras ALTERNATIVAS de SENTIR

Se había preparado para ser trombonista de 'jazz', pero el destino tenía un plan musical algo diferente para RITA PAYÉS. Ahora, la cantante y compositora, embarcada en una onírica gira internacional, defiende un repertorio propio que bebe del bolero y la 'bossa nova'. Por EVA BLANCO.

P

rocura Rita Payés (Vilassar de Mar, Barcelona, 1999) tener muy presente que conseguir conciertos no es tan fácil. Por eso, ella, que arrancó su actual gira, *De camino al camino*, el 12 de julio de 2024 en Cáceres y la clausurará el 25 de abril en Montevideo (Uruguay), dice sentirse verdaderamente agradecida por el privilegio que supone "poder tocar e ir a sitios en los que la gente te quiera". Además, la trombonista, cantante y compositora, ha viajado en

este periplo de casi dos años en circunstancias muy particulares. "Me siento muy recogida por la gente con la que me subo al escenario. Algunos son mi familia; otros, como si lo fueran. Las giras son momentos curiosos. Nosotros, además, vamos acompañados de nuestras dos hijas pequeñas. Por otro lado, la inmediatez y la locura que implica el hecho de ir de concierto en concierto, de una ciudad a otra, también me genera dudas. Tocar me llena muchísimo, pero, a nivel vital, me planteo si de verdad quiero mantener unas dinámicas que requieren de tanta energía destinada a poder llegar a un espacio concreto en un momento concreto. En general, siempre compensa. Pero, aun así, hay que plantearse", introduce la artista, que pasa a detallar el particular engranaje 'artístico-familiar' que define su propuesta hasta la fecha.

Sobre el escenario, Payés cuenta con la incondicional presencia de su madre, la guitarrista Elisabeth Roma, junto a quien grabó su álbum debut, *Imagina* (2019), un trabajo pensado, de hecho, como un regalo hacia su progenitora y en el que ambas versionaban las canciones que habían configurado durante años la banda sonora de su intimidad doméstica. "Ella tiene formación clásica, pero ya desde el primer disco que hicimos nos encontramos en una especie de fusión *bossa nova*, bolerística y de influencia latinoamericana, que son músicas que las dos amamos mucho", reflexiona y continúa, "la relación escénica que mantenemos es muy bonita porque nos ha permitido conocernos desde otro sitio, el vínculo maternofilial siempre ha sido bueno, pero ahora también dialogamos de tú a tú, de músico a músico. En ese sentido, estoy feliz". Además de su progenitora, la trombonista reúne junto a ella ante el público al cantante y guitarrista Pol Batlle, su pareja y padre de sus hijas. "Nos hemos organizado así para poder ejercer una crianza en la que los dos pudiéramos estar muy presentes. Esta fórmula de dejar a las niñas e irnos nosotros de concierto era algo que no nos funcionaba", concede la barcelonesa, que en octubre de 2024 protagonizó el popular formato Tiny Desk de NPR Music. Su núcleo de confianza lo completan el bajista Horacio Fumero y el percusionista Juan Rodríguez Berbín.

Este enfoque instrumental del *tour*, que se termina de armar con la presencia de una banda más extensa, cuenta además con

~
**INSPIRADA EN
UN ECOSISTEMA
CULTURAL
DIVERSO CON
LA CIUDAD COMO
ESCENARIO**



La mirada CREATIVA de BARCELONA

Barcelona respira cultura en cada esquina: en los mercados, en los talleres, en la arquitectura, que mezcla historia y modernidad. Ese pulso creativo es el que inspira la nueva colección Vintage de Etnia Barcelona, que reinterpreta el pasado desde una mirada plenamente contemporánea. La propuesta nace del cruce entre la herencia visual de la ciudad y su energía actual, diversa y en constante movimiento, lo que da lugar a diseños que reivindican autenticidad y sensibilidad artística.

La campaña pone el foco en personas vinculadas a la creatividad en su día a día –música, ilustración, danza, diseño–, reflejando la riqueza cultural de Barcelona. Sus gestos y actitudes transmiten una forma de mirar honesta, espontánea y libre de artificio, coherente con la identidad de la marca. Cada pieza funciona como un puente entre el pasado y la actualidad, con colores, volúmenes y referencias que evocan la historia sin renunciar a una estética moderna.

Vintage celebra una Barcelona que combina memoria y vanguardia, convirtiéndola en el escenario perfecto para una colección que mira al pasado para reinterpretarlo desde el presente. Una declaración de estilo que reafirma la esencia creativa de Etnia Barcelona ✦



BARCELONA REVISITADA

La nueva colección Vintage de Etnia Barcelona interpreta la Ciudad Condal desde una sensibilidad creativa y contemporánea. Diseños que combinan herencia, color y modernidad para reflejar la energía diversa y auténtica de la ciudad.

“Al margen de tantos ‘stories’, no nos olvidemos de que la música es una HERRAMIENTA DE COMUNIÓN y, sobre todo, una CURA”.

La trombonista sobre el escenario del festival Rizomes 2025, en La Celler de Ter (Girona).



una escenografía inspirada en un ‘bosque mágico’ ideada por Andreu Fàbregas, creador de espectáculos como *Sin Cantar Ni Afinar*, la aclamada gira de C. Tangana de la que también formó parte la trombonista en 2022 –de hecho, ambos actuaron juntos en la ceremonia de los Goya de aquel año–. Así, todos estos mimbres le sirven a Payés para presentar en directo su tercer disco, *De camino al camino*, el primero compuesto íntegramente por ella. Un trabajo indisoluble, en el plano narrativo, del aterrizaje de la catalana en la maternidad.

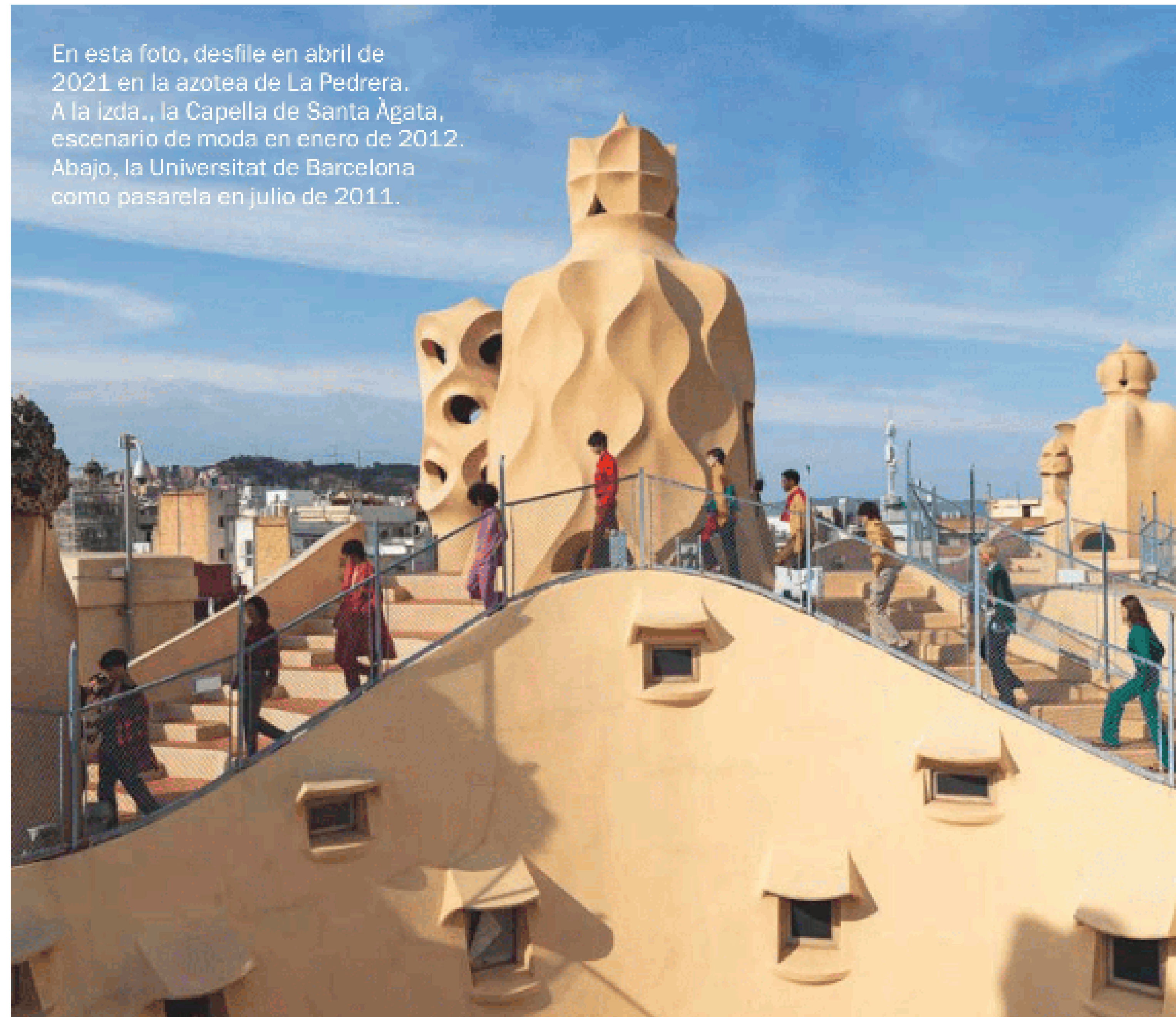
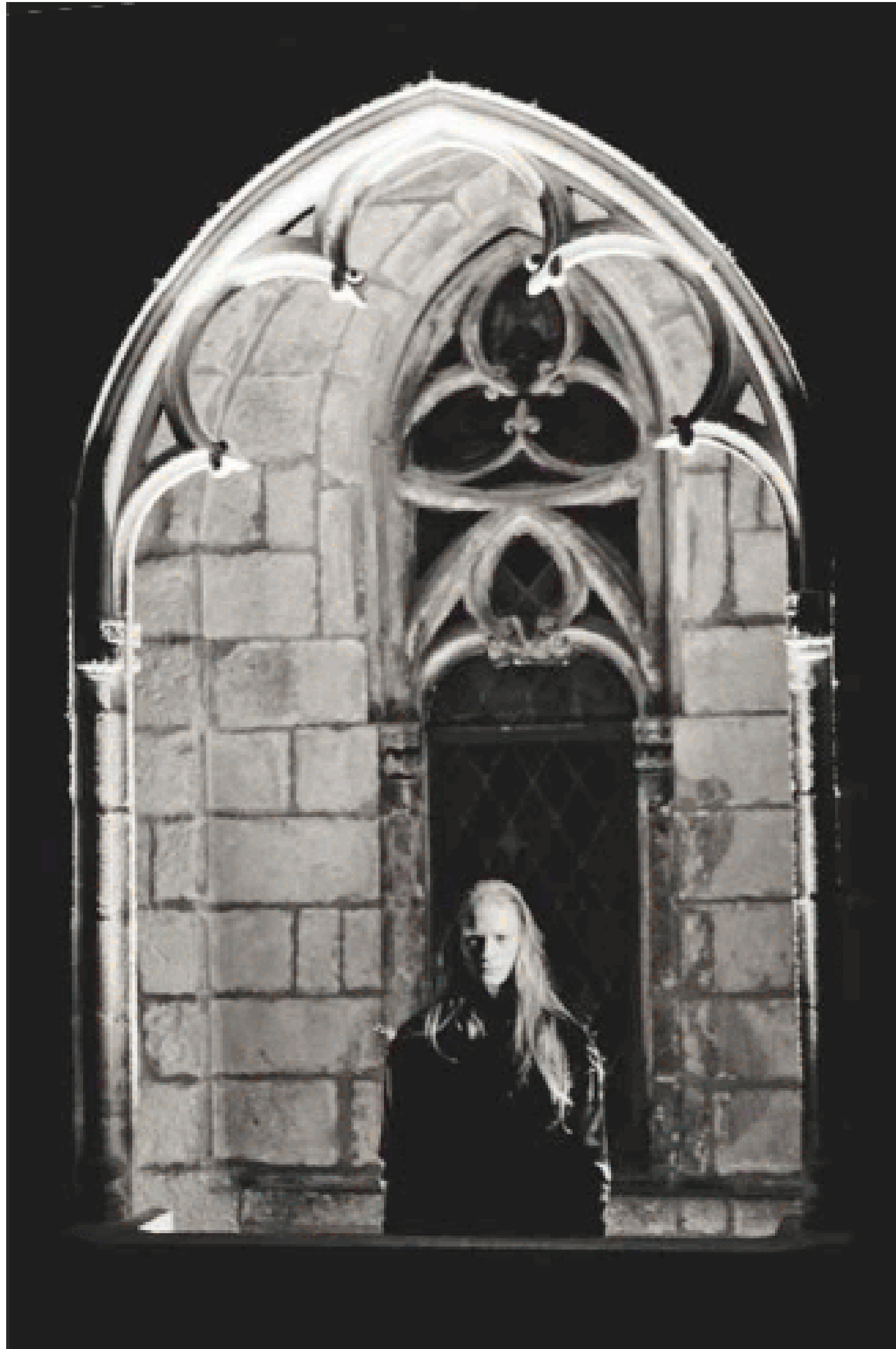
“Ser madre lo ha cambiado todo. Es una revolución muy loca”, reflexiona. “Claramente, es mi máxima inspiración en esta etapa. Es imposible que no lo sea. Es que no sé cómo decirlo. Es una realidad que te atraviesa las entrañas. No hay nada que sea más trascendental. Se puede experimentar de muchas maneras, pero yo he querido que todo esto me removiera. Para mí, es muy difícil ver la vida sin pasarla por este filtro. Y, por lo tanto, es muy difícil hacer música sin pasarla por este filtro. Las canciones que he estado haciendo hablan de una belleza cotidiana que puede tener una dimensión profunda, pero que es, ante todo, real. Todo esto es lo que me conecta con ellas”, ahonda la artista, que en su tercer disco cuenta con la colaboración de La Tania y el guitarrista Yeraí Cortés en el tema *Por qué será* y de su gran amiga pianista Lucía Fumero en *Juna* –las dos preparan un álbum conjunto con canciones originales, que previsiblemente verá la luz en 2026–.

Aunque suponga para ella un fortísimo motor creativo, Payés es también muy consciente de los conflictos que alberga la maternidad. Muchas veces, en su opinión, agravados por la escasez de ayudas y redes de apoyo públicas. “Insisto en que yo puedo estar tan presente en la crianza de mis hijas porque ser autónoma me da cierta flexibilidad, me he apañado lo mejor he sabido y tengo el privilegio de poder pagarles un billete de avión y, a veces, me puedo llevar a una canguro o acudir a un equipo sensible que lo facilita todo cuando los recursos no son los óptimos. Pero es una vergüenza cómo está todo montado. Se supone que las madres tienen que dejar en la guardería a sus bebés con cinco o seis meses para irse a hacer sus jornadas de ocho horas. Todo, a la vez que reciben el mensaje de que sus hijos tienen que mamar y recibir una nutrición complementaria es-

tupenda y dormir perfectamente por las noches, como si fuéramos superheroínas. Y esto no funciona así. Me parece muy fuerte que no se pongan más facilidades desde fuera, por ejemplo, en materia de excedencias pagadas y becas para la conciliación”, profundiza la de Vilassar de Mar, que también expresa una visión crítica en relación a cómo ha evolucionado el papel del artista en un mundo tan fuertemente condicionado por la exposición digital.

“Cada vez está pasando más que se nos pide hacer más cosas de las que teóricamente nos gustaría. Ahora, de alguna forma, estamos obligados a hacer nuestra propia promoción. Ya no es solo la música, sino también la imagen y los seguidores que tienes en redes sociales, los estilismos que te pones cuando sales a actuar, la escenografía, las luces de turno y lo maja y simpática que puedas ser tú, más allá de tu talento para tocar o cantar. A veces, parece que la gente se engancha más a esa especie de *Gran Hermano* del artista que les gusta que a la discografía en sí. Esa presión es fuerte y no puede no sentirse, lo que pasa es que cada uno lo transita como puede”, dice Payés, que, aun así, reivindica esperanzada: “Al margen de tantos *stories*, no nos olvidemos de que la música tiene una finalidad cultural muy necesaria: es una herramienta de comunión y, sobre todo, una cura”.

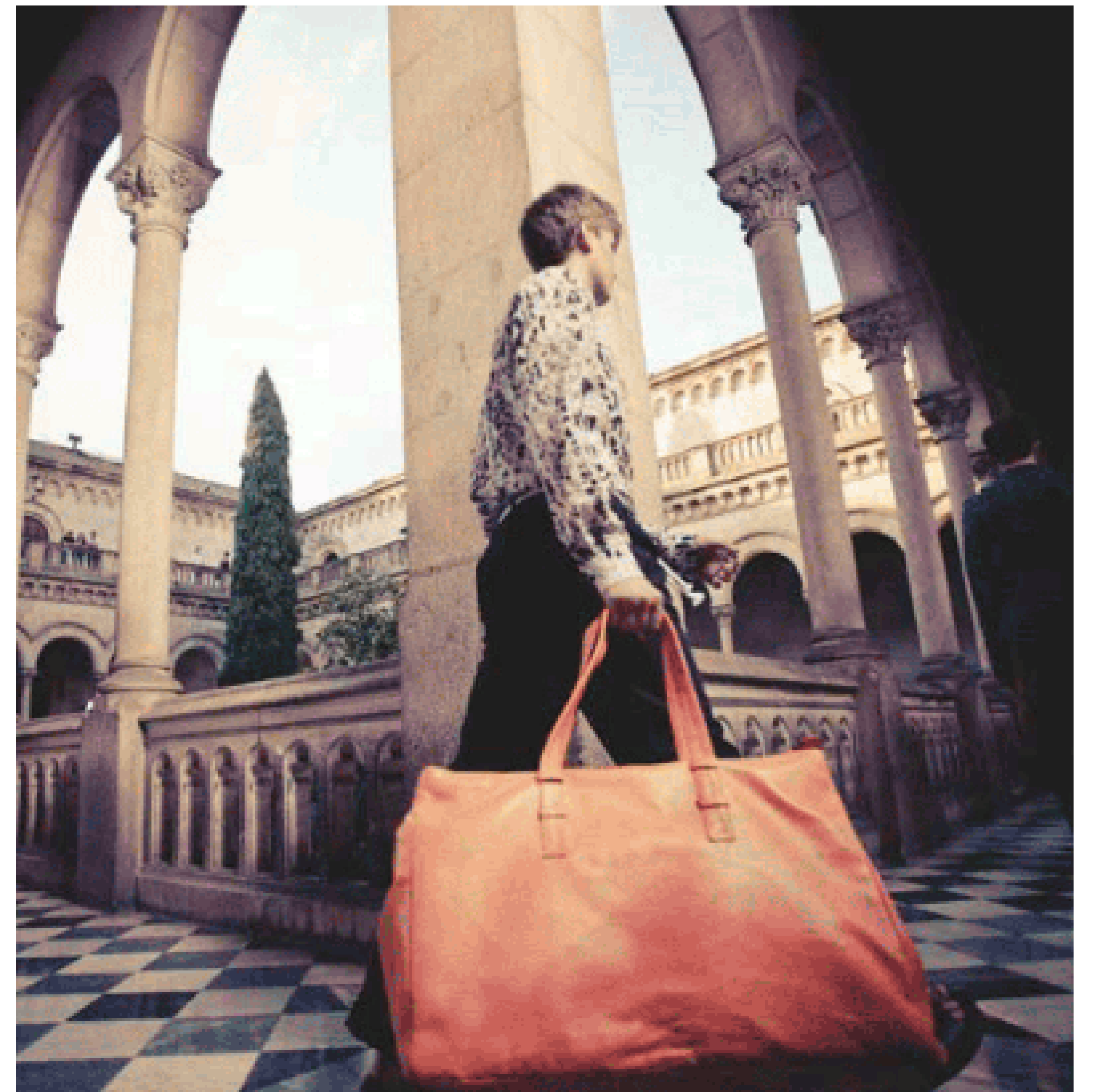
De todas las fórmulas posibles en las que pude cristalizar esa ‘cura’, la de Payés –pausada, con fuerte arraigo y de gran densidad sentimental– es una de las más singulares en el panorama actual. “Nunca he escuchado reguetón a conciencia. No es que tenga nada en contra, es solo que no he sido educada musicalmente de esa manera. Al final, lo que queremos cada uno con nuestras canciones es el poder de transmisión, hacer sentir, y considero que es bonito que cada persona sienta diferente con diferentes cosas. Empatizo más con la riqueza armónica, con la capacidad de salirnos de los cuatro acordes que hemos escuchado durante toda la santísima vida. Ojo, que estoy convencida de que esos cuatro acordes son los mejores porque, al final, son los que hacen bailar a todo el mundo y es imposible no emocionarse con ellos, pero no existe solamente eso. Poder explorar, con ingenuidad, otros caminitos, me coloca en un espacio creativo de una gran libertad”, concluye.



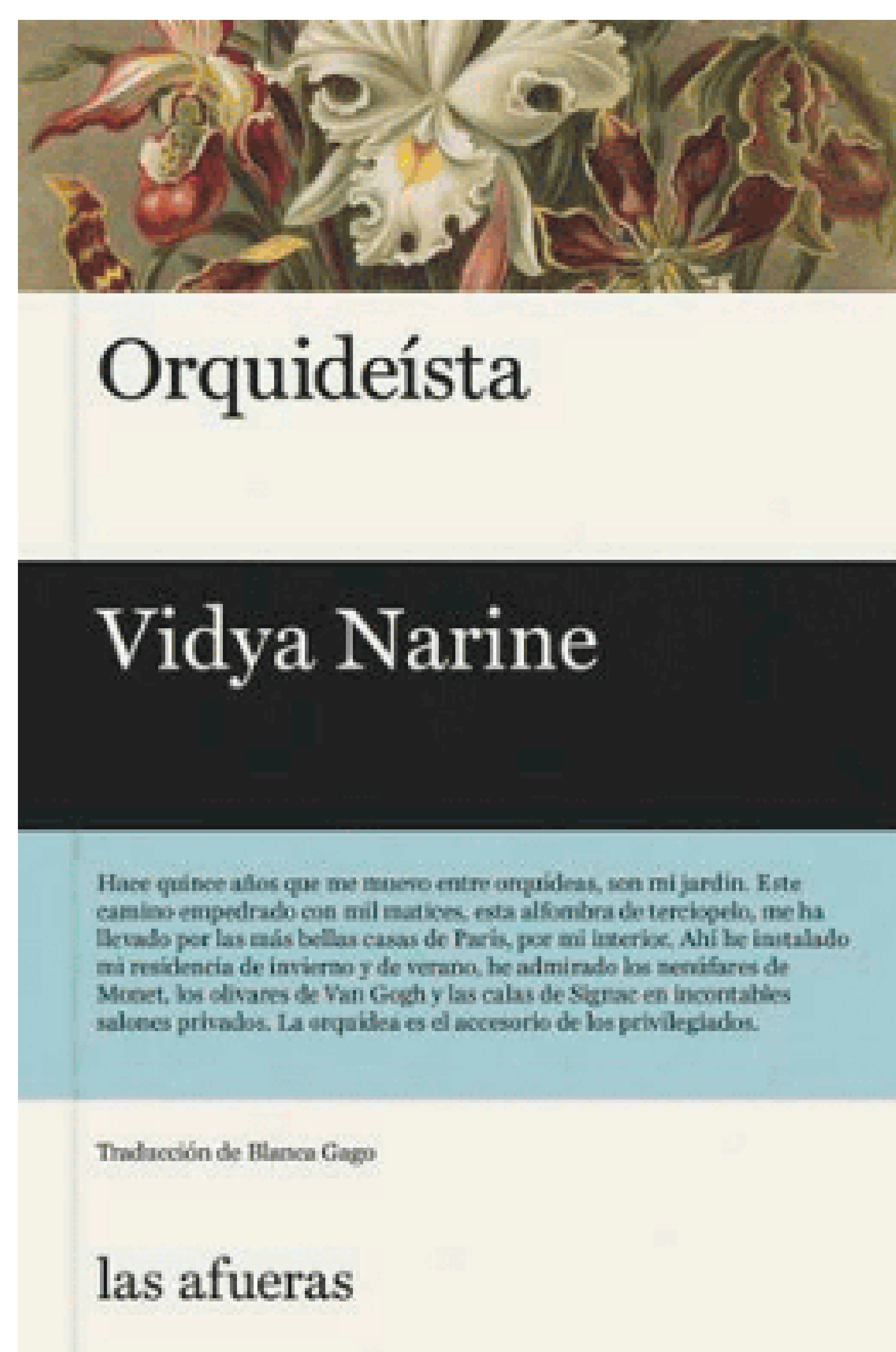
En esta foto, desfile en abril de 2021 en la azotea de La Pedrera. A la izda., la Capella de Santa Àgata, escenario de moda en enero de 2012. Abajo, la Universitat de Barcelona como pasarela en julio de 2011.

Cuando la **ARQUITECTURA** se rinde a la **MODA**

Asistir a desfiles dentro de obras maestras de la arquitectura, algunas Patrimonio Mundial por la UNESCO (los últimos años, su sede central ha sido el Recinte Modernista de Sant Pau), asistir a charlas que promueven y visibilizan la moda de autor o visitar espacios expositivos que ponen de relieve los procesos creativos de la artesanía contemporánea son algunas de las actividades que fomenta la plataforma 080 Barcelona Fashion. Y no solo las hace singulares en su apuesta por fomentar la sostenibilidad y el *slow fashion*, sino también por tener como escenario una ciudad única. Denominada capital del modernismo, pero también con fuertes referencias góticas, sus espacios son uno de los mayores reclamos, para turistas y para locales. Desde hace 36 ediciones, la capital catalana es, además, el mejor escaparate para mostrar tanto las creaciones de diseñadores consagrados como la mejor moda de autor de España. Un *mix* en el que la arquitectura y las tendencias brillan para enriquecer y explorar todas las sinergias creativas y artísticas de la industria para ofrecer las más innovadoras propuestas ❖



**080 BARCELONA FASHION
PONE EN VALOR LOS
ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS
MÁS SINGULARES DE
LA CIUDAD DE BARCELONA**



LAS AFUERAS

Año de fundación: 2017.

Editores actuales: Magda Anglès y Francisco Llorca.

Concepto diferenciador: Publicamos libros en la periferia del canon, literatura crítica que invite a iniciar una conversación. Nuestro catálogo apuesta por voces latinoamericanas, la recuperación de clásicos del feminismo y las escrituras híbridas.

¿Qué libro publicado recientemente por vuestra editorial recomendáis para leer en el arranque de 2026? Os recomendamos la novela *Orquideísta*, de Vidya Narine. Un libro que es un verdadero jardín de palabras en donde las orquídeas y la memoria familiar florecen juntas. Un relato íntimo, pero también ecologista y reivindicativo, sobre la herencia, el duelo y la belleza que seducirá tanto a lectores exigentes como a amantes de las flores.



EDICIONES ALPHA DECAY

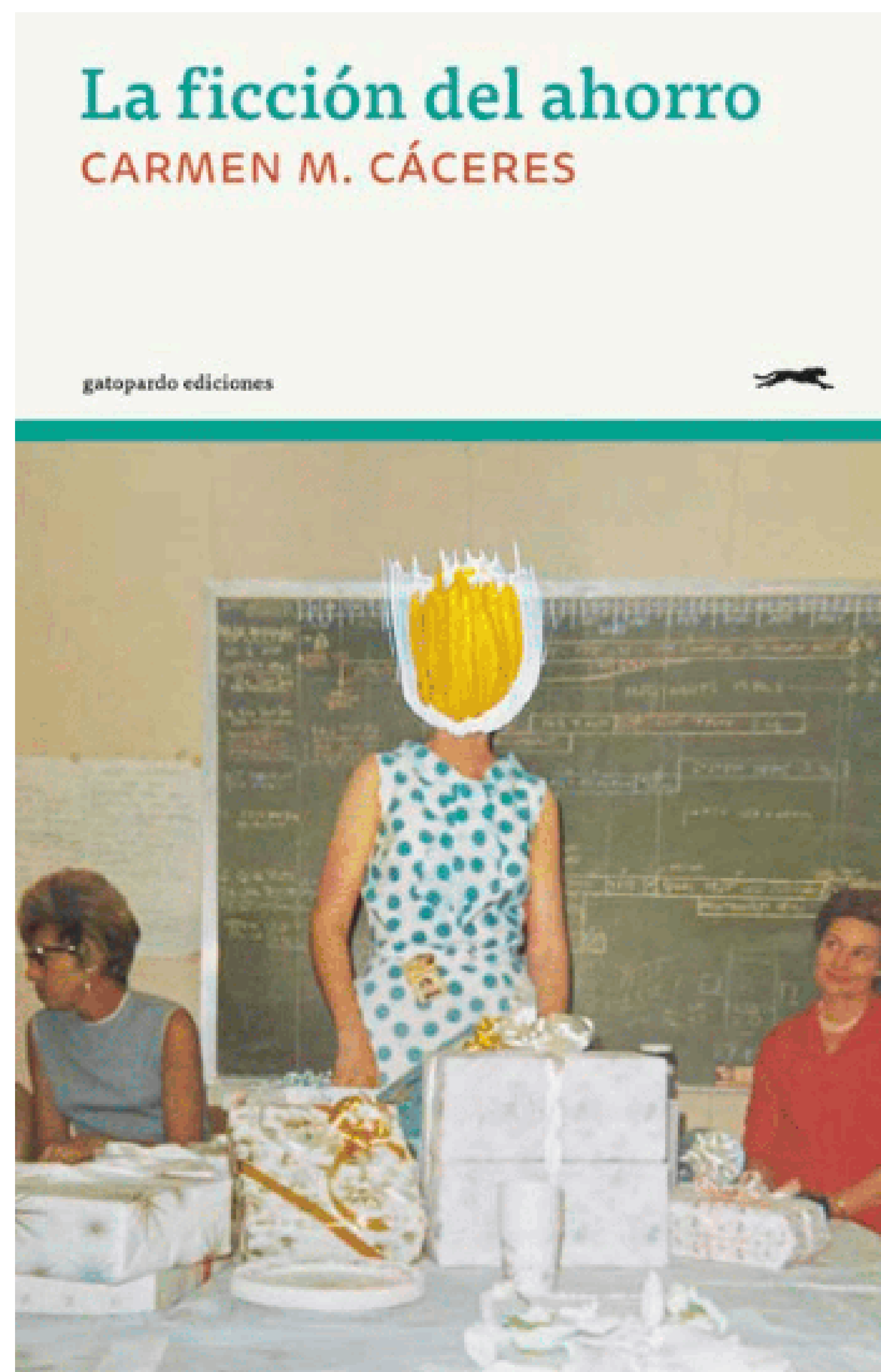
Año de fundación: 2004.

Editores actuales: Enric Cucurella, Alba G. Mora y Julia Echevarría.

Concepto diferenciador: Literatura y pensamiento con una sensibilidad actual, híbrida y singular.

Publicamos libros de ayer y de hoy para tratar de entender el mundo que nos rodea, poniendo cuidado y rigor en la edición.

¿Qué libro publicado recientemente por vuestra editorial recomendáis para leer en el arranque de 2026? *Sobre la belleza*, de Naïef Yehya. Un ensayo que recorre la historia de la belleza desde las Venus prehistóricas hasta los filtros digitales, mostrando cómo la tecnología ha moldeado siempre nuestros ideales estéticos. Además de por su interés y por tratarse de una lectura muy provechosa y amena, lo recomendamos porque es un buen representante de la línea editorial de Alpha Decay: un libro que busca analizar un tema universal y atemporal con un enfoque contemporáneo.



GATOPARDO EDICIONES

Año de fundación: 2015.

Editor actual: Lucas Villavecchia.

Concepto diferenciador: Somos una editorial de ficción y no ficción literaria y de ensayo cuyo objetivo es difundir obras de la literatura universal que no se han publicado en español o que, por uno u otro motivo, están descatalogadas en nuestro país. Cada año publicamos un número de libros reducido, pero cuidadosamente seleccionado y editado. Nuestro catálogo, ecléctico y diverso, obedece a un gusto según el cual la buena literatura puede encontrarse tanto en una novela como en unas memorias, una correspondencia, una crónica periodística o un ensayo de actualidad.

¿Qué libro publicado recientemente por vuestra editorial recomendáis para leer en el arranque de 2026?

La ficción del ahorro, de Carmen M. Cáceres, porque en poco más de 100 páginas aborda con inteligencia y sensibilidad un tema —el ahorro— tan omnipresente en la vida de cualquier hijo de vecino como ausente en la literatura contemporánea. El ahorro y las ficciones que le endosamos: la felicidad, el amor, la estabilidad, la familia nuclear y el prestigio social.

Sin rastro de la página en blanco

La CIUDAD CONDAL se ha consolidado en las últimas dos décadas como un terreno fértil para el surgimiento de EDITORIALES INDEPENDIENTES. Para muestra, seis ejemplos con catálogos asombrosos. Por EVA BLANCO.

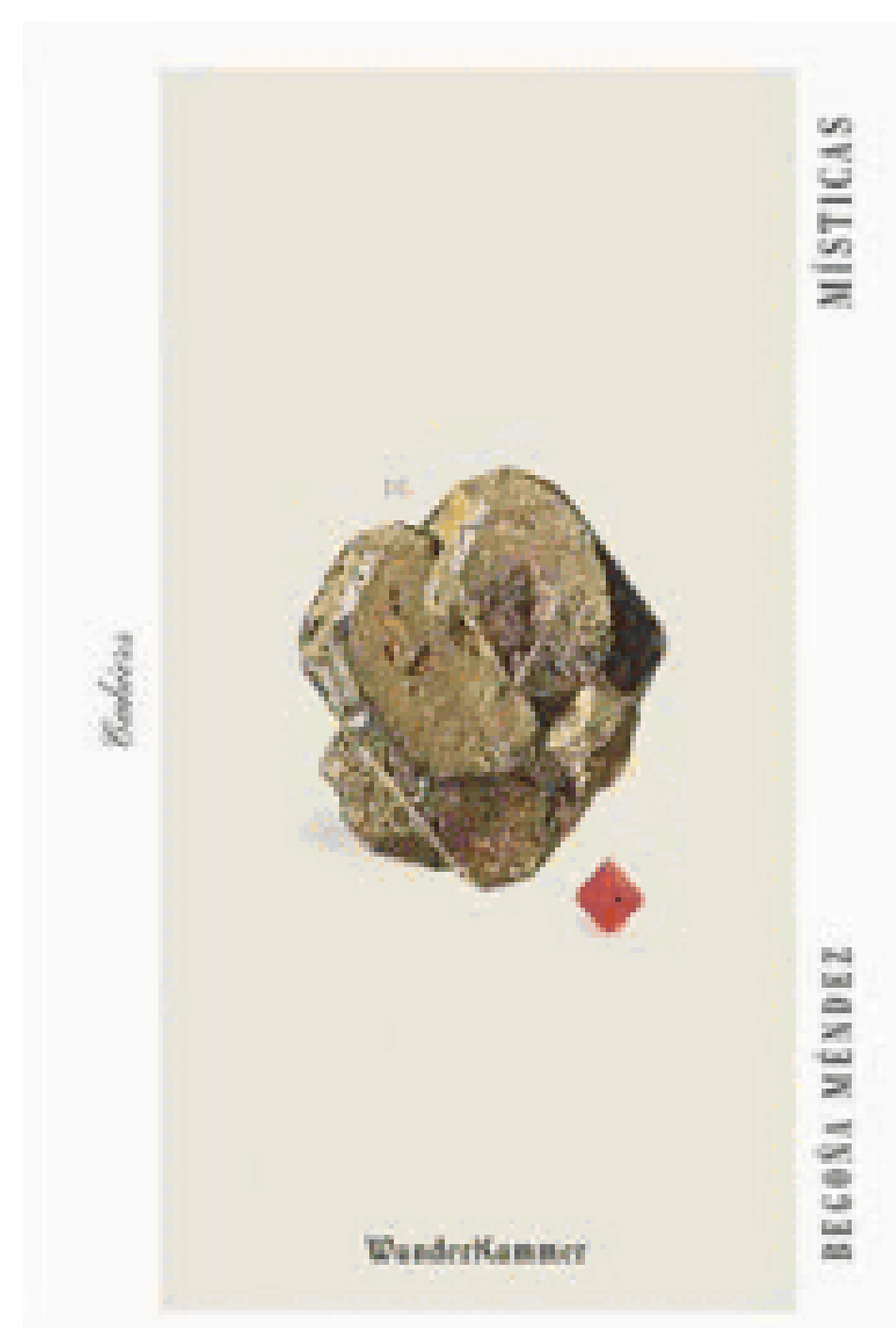
Un impulso clave para ACELERAR el TALENTO

La creatividad es requisito indispensable para cualquier marca o firma de moda emergente que quiera diferenciarse, pero para posicionarse en la industria y hacerse un hueco en un ecosistema con retos continuos y cambiantes, hay que saber unir tendencia y negocio. Para acompañar a los diseñadores en ese momento clave, dar un salto cualitativo y optimizar todos los recursos posibles, el Ajuntament de Barcelona, a través del Disseny Hub Barcelona (DHub) y Barcelona Activa, fundó en 2019 el Barcelona Fashion Forward (BFF), que arrancó el pasado marzo su sexta edición. El BFF se ha convertido en uno de los programas de referencia del Plan Municipal de Moda 2025-2030. En él, las firmas seleccionadas reciben durante varios meses formación especializada, asesoramiento personalizado y un plan de servicios adaptado a las necesidades de cada proyecto con el fin de desarrollar habilidades de comercialización, comunicación y digitalización. Alaire, Guillermo Justicia, Maison Admire y NIMPH fueron los ganadores de esta edición, que se suman a las más de 60 firmas de la ciudad que lleva impulsando el BFF desde su origen, un aval que demuestra el impacto real de la plataforma en el ámbito creativo y empresarial de Barcelona ✦



UNA POP UP PARA VISIBILIZAR Y CONECTAR

En la sexta edición del Barcelona Fashion Forward, la *pop up* volvió a consolidarse como una de las herramientas clave del programa. En esta ocasión, el espacio elegido fue Trent, que durante un mes se convirtió en un punto de encuentro para profesionales del sector, diseñadores y prensa especializada, incluidos periodistas internacionales que se encontraban en la ciudad con motivo de la 080 Barcelona Fashion. Una acción que reforzó la visibilidad, el posicionamiento y la conexión de las marcas ganadoras con la industria, poniendo en valor la dimensión estratégica del BFF para impulsar la moda emergente. El programa abrirá la convocatoria para su séptima edición a finales de enero.



WUNDERKAMMER

Año de fundación: 2016.

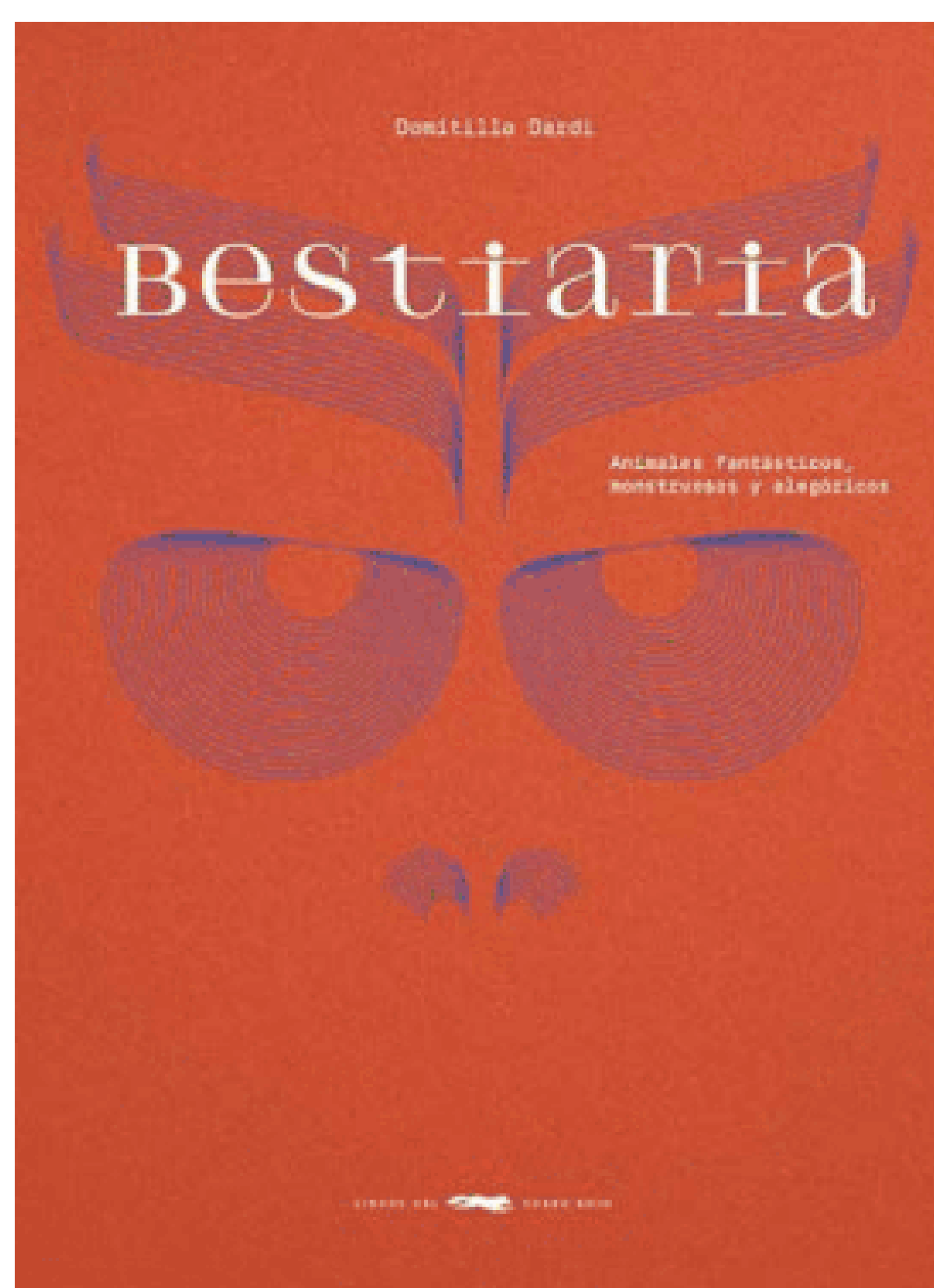
Editora actual:

Elisabet Riera.

Concepto diferenciador:

Libros ocultos, libros de culto. Es un placer para nosotros ofrecerle al lector la llave de nuestro Wunderkammer, un gabinete de maravillas editoriales en el que las piezas escogidas no son animales disecados ni minerales asombrosos ni plantas exóticas, sino libros: rarezas literarias en el mejor sentido, piezas únicas, textos singulares, obras desconocidas de grandes autores y obras grandiosas de autores desconocidos. Reivindicamos el libro como objeto de culto y la lectura como forma de fascinación. Edición romántica en el fondo y en la forma.

¿Qué libro publicado recientemente por vuestra editorial recomendáis para leer en el arranque de 2026? *Místicas*, de Begoña Méndez, en nuestra colección *Cahiers*. Este breve y delicioso ensayo recorre vida y obra de nueve creadoras y se adentra en su experiencia trascendente de forma cercana. Rosalía las ha puesto de moda, pero ellas estaban antes.



LIBROS DEL ZORRO ROJO

Año de fundación: 2004.

Editores actuales: Diana Hernández y Fernando García.

Concepto diferenciador: Nos dedicamos a crear libros ilustrados de alta calidad para lectores de todas las edades, concebidos como auténticos objetos artísticos. En nuestro catálogo adulto, reinterpretemos textos de autores clásicos y contemporáneos con la colaboración de ilustradores de prestigio, en ediciones muy cuidadas –también en su materialidad– donde la imagen aporta interpretación, ambiente y profundidad. Con una estética singular y reconocida internacionalmente, la editorial apuesta por obras únicas que ofrecen una experiencia lectora perdurable.

¿Qué libro publicado recientemente por vuestra editorial recomendáis para leer en el arranque de 2026? Nuestra recomendación es *Bestiaria*, de Domitilla Dardi, un libro muy contemporáneo, pero inspirado en los antiguos bestiarios. A través de un recorrido visual que combina épocas, estilos y técnicas, convierte la lectura en una experiencia caleidoscópica. Reúne criaturas reales, fabulosas y también extintas, y reivindica la imagen como herramienta de conocimiento. Una auténtica joya visual y literaria.



EDITORIAL MINÚSCULA

Año de fundación: 1999.

Editora actual: Valeria Bergalli.

Concepto diferenciador: Construir un catálogo supone mantener una conversación a lo largo del tiempo. Con los lectores, pero también entre los autores que lo configuran. En el nuestro tienen especial cabida escritoras y escritores singulares, de distintas épocas, cuya obra no se inscribe en una corriente determinada, voces que recorren territorios menos explorados desde su condición de excéntricas. Así es como hemos dado a conocer obras de nombres destacados de la literatura universal, de Victor Klemperer a Anna Maria Ortese y Józef Wittlin.

¿Qué libro publicado recientemente por vuestra editorial recomendáis para leer en el arranque de 2026? *La hija del escultor*, de Tove Jansson. La autora nació en Helsinki en 1914, en el seno de una familia de artistas pertenecientes a la minoría finlandesa de habla sueca. Fue pintora, ilustradora y escritora. Esta narración nos permite curiosear en la infancia de Tove, que, en medio de lo cotidiano, fue mágica y misteriosa. La prosa evocadora de Jansson entretiene sus recuerdos con elementos propios de un cuento de hadas. Al leerlo es fácil comprender cómo esta niña, con su enorme capacidad de asombro, se convirtió en la artista que fue.

Alerta Tendencia 2026: DISEÑO y estilo en audio 'OPEN EAR'

Los auriculares abiertos han dejado de ser solo dispositivos de sonido para convertirse en auténticos accesorios de tendencia y confort, como los nuevos HUAWEI FreeClip 2.



COMODIDAD 24 HORAS

Nos acompañan en los desplazamientos, en el trabajo o mientras practicamos deporte; los auriculares han cambiado nuestra relación con la tecnología, pasando con nosotros gran parte de las horas del día. Por eso, Huawei transforma su utilidad, e inspirándose en la joyería, ha convertido los nuevos HUAWEI FreeClip 2 en accesorios todoterreno, que combinan (por sus colores –White, Blue, Black y Rose Gold– y acabados) con cualquier look, pero, además de muchas de sus nuevas cualidades, ahora son más ligeros, se adaptan casi sin notarlos, tienen un sonido con más cuerpo y resisten al sudor y al agua.

FOTOGRAFÍA: CORTESÍA DE HUAWEI. DISEÑO: CNCC.

A

Maria Buhigas, arquitecta jefa del Ayuntamiento de Barcelona, no le gusta quedarse en la superficialidad de determinados conceptos. Por eso, cuando se le pregunta qué significa para la ciudad acoger el próximo verano el Congreso Mundial de la UIA (Unión Internacional de Arquitectos) y, por tanto, haber sido nombrada Capital Mundial de la Arquitectura en 2026, su explicación resulta esclarecedora. “Queremos aprovechar esta coyuntura para divulgar entre la ciudadanía aquellas disciplinas que dan forma a los espacios físicos que habitamos. ¿Por qué? Porque cada día vivimos rodeados de arquitectura, urbanismo, paisajismo e interiorismo. Estas y otras ramas condicionan los entornos en los que desarrollamos nuestra actividad habitual y, en cambio, nunca nos paramos realmente a observar cómo los profesionales de cada uno de estos campos proyectan su mirada sobre la ciudad. Y cómo sus enfoques pueden ayudarnos, a su vez, a mirar a nuestro alrededor con nuevos ojos”, introduce, a la par que aclara que la citada capitalidad funciona como un amplísimo paraguas teórico bajo el que se sucederán una infinidad de iniciativas prácticas de distinta naturaleza.

Parte de esta programación “abierta y coral” incluye la realización de más de 1.500 actividades –impulsadas por 170 entidades culturales, públicas y privadas, a lo largo del año–. Para descentralizar, la agenda estará repartida en los 10 distritos de la Ciudad Condal, donde tendrán lugar talleres, rutas y visitas guiadas, conferencias, presentación de catálogos y, por supuesto, exposiciones de esencia diversa: desde las que versan sobre personajes destacados como Nicolau Maria Rubió i Tudurí, creador a comienzos del s. XX del concepto moderno de parques y jardines que caracteriza Barcelona, hasta otras que abordan temas más poliédricos, como *Metrópolis in the making*, una muestra sobre los grandes planes que han configurado la urbe. “La única condición para ser aceptado en la programación era que la propuesta fuera divulgativa y que estuviera abierta a la ciudadanía”, insiste Buhigas, que recuerda que también habrá cabida para el encuentro multidisciplinar al aunar, en diferentes espectáculos, la arquitectura con la danza contemporánea, la música, el arte o el cine. “Arrancamos oficialmente el 12 de febrero, con Santa Eulàlia, que es la patrona de invierno, y concluimos el 13 de diciembre con Santa Llúcia, que abre las puertas a la Navidad, y contra eso no se puede competir”, matiza entre risas.

Para celebrar la apertura de la programación también hay planeada una acción especial: se iluminarán las nueve edificaciones declaradas Patrimonio Mundial por la UNESCO con las que cuenta la ciudad. De las cuales, siete son obras de Antoni Gaudí tan conocidas como la Casa Batlló, La Pedrera o la Cripta de la Colònia Güell. Para más *inri*, este 10 de junio de 2026 se cumplen 100 años de la muerte del genio modernista –una efeméride que se conmemorará con la finalización de la torre de Jesucristo, con

la que se concluyen las obras de la estructura principal de la Sagrada Familia–. “Queremos poner en valor todas estas grandes joyas, sí, pero sin olvidarnos de esos edificios menos extraordinarios que acompañan a los vecinos en su día a día. Barcelona cuida mucho la calidad de sus equipamientos arquitectónicos, de las bibliotecas y centros cívicos a los mercados”, dice Buhigas, y recalca que, junto a todas estas celebraciones, acontece también El Año Cerdà, con motivo del 150 aniversario de la muerte del urbanista –y creador del distrito del Eixample– Ildefons Cerdà.

Por otro lado, el hecho de que Barcelona sea Capital Mundial de la Arquitectura en 2026 implica que este periodo deje un legado material llamado a enriquecer la dimensión visual de la ciudad. El ejemplo más evidente de ello es el proyecto en marcha de transformación de diez medianeras [paredes que sirven para separar dos propiedades colindantes y que, como muchas veces quedan expuestas por accidente, no presentan de antemano una ambición en términos de diseño]. A través de un concurso internacional de ideas dirigido a jóvenes arquitectos e impulsado por el Consistorio, la UNESCO y la UIA, estos muros sin gracia se convertirán en fachadas de interés estético. “Es un gesto que de entrada parece pequeño, pero a través de este programa de subvenciones se explica muy bien cómo se puede hacer de la arquitectura una verdadera política pública. Al final, se trata de un trabajo tanto hacia fuera, de embellecimiento del paisaje urbano, como hacia dentro, de refuerzo del aislamiento de las viviendas”, ahonda Maria Buhigas. “Nuestro objetivo es morir de éxito. Es decir, que las comunidades de vecinos vean el gran potencial transformador de este tipo de proyectos y se pongan en contacto con el Ayuntamiento para mejorar sus edificaciones”, remata.

La idea de cómo la belleza de la arquitectura cotidiana interpela de manera directa al ciudadano es uno de los conceptos en los que la también exconcejal ha cimentado una larga trayectoria profesional que, además de un estudio propio desde 2014 especializado en planeamiento urbanístico, incluye colaboraciones en distintos países de Latinoamérica con la Agencia ONU-Habitat y labor docente en la Universitat Autònoma de Barcelona.

“A escala global, los dos principales retos a los que se enfrentan las grandes ciudades son la crisis climática y las desigualdades crecientes, especialmente en el acceso de las clases medias a la vivienda. Y ambos tienen una traslación al entorno que habitamos. Mi trabajo no es seguir expandiendo la ciudad, porque no es viable. Yo no tengo ese suelo. Sino que, entre todos, tenemos que reflexionar sobre qué significa adaptar el espacio que ya está construido a las nuevas necesidades. Y tenemos que ver cómo respondemos a ello con soluciones colectivas, porque son las únicas que son asequibles”, defiende Buhigas. La buena noticia es que, en 2026, foros para debatir acaloradamente al respecto no van a faltar.

Entre el cielo y el suelo hay algo

La designación de BARCELONA como CAPITAL MUNDIAL DE LA ARQUITECTURA 2026 ofrece una oportunidad única para mirar, pensar y pasear la ciudad desde un lugar diferente. Así lo defiende la urbanista MARIA BUHIGAS. Por EVA BLANCO.

***“Queremos poner en valor todas estas
GRANDES JOYAS [arquitectónicas], pero sin olvidarnos
de esos EDIFICIOS MENOS EXTRAORDINARIOS
que acompañan a los vecinos en su día a día”.***



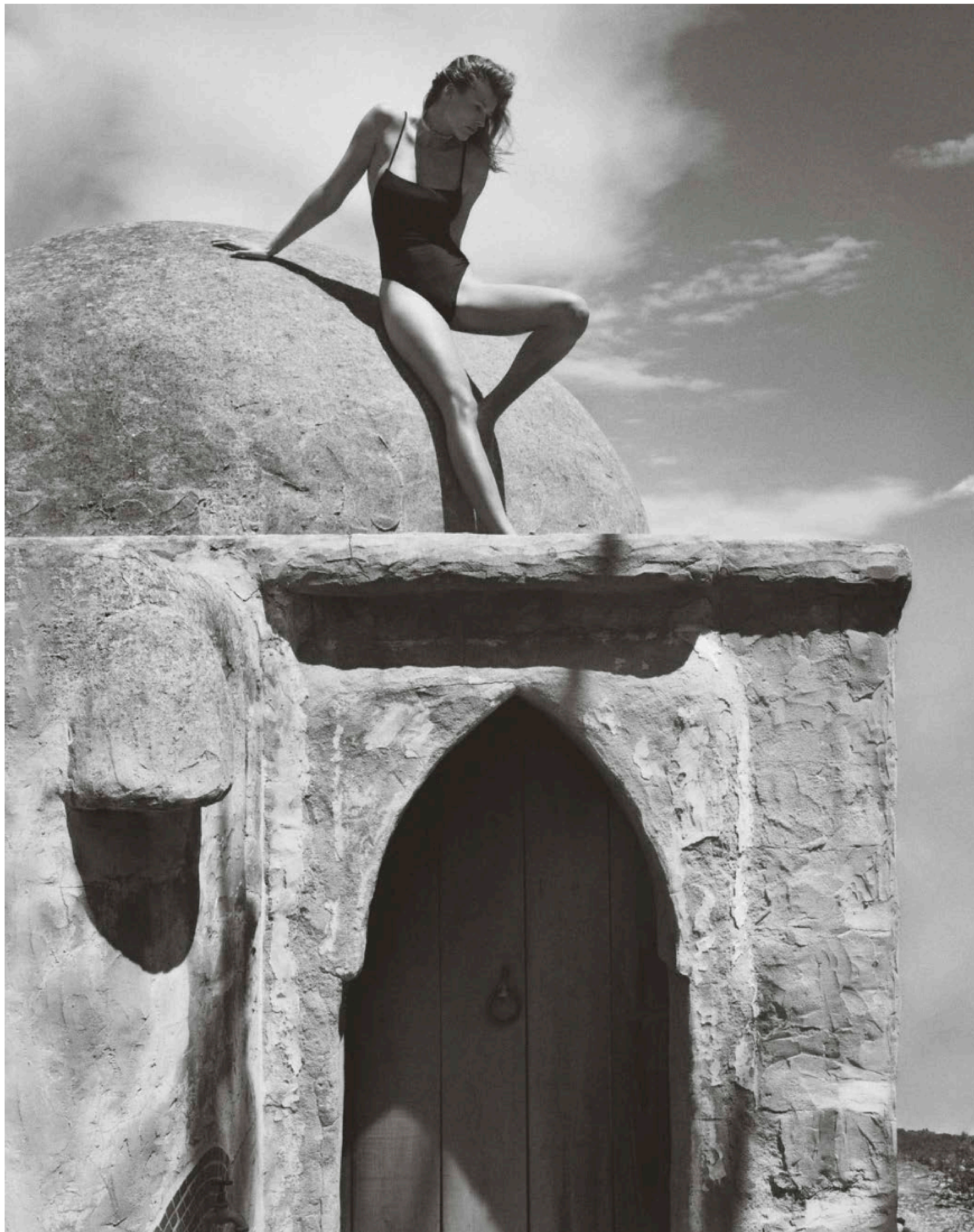
*Fachada de la Casa Batlló,
proyectada por Antoni
Gaudí entre 1904 y 1906.
El inmueble es Patrimonio
Mundial de la UNESCO.*

a longevidad ha sido el gran tema de conversación del último año y uno de los principales motores de crecimiento de la industria del bienestar. Y tiene todo el sentido del mundo. Según un informe de la consultora McKinsey, el 60 % de los consumidores consideran extremadamente importantes los servicios de salud centrados en este área y un 70 % ha aumentado su inversión en este tipo de productos. El haber salido de una pandemia que nos hizo redefinir prioridades, las innovaciones en este terreno y el aumento de la esperanza de vida –según la OMS, en 2050 el 22 % de la población global tendrá más de 60 años– han acelerado nuestros intereses por la esencia de este término. Ya que vamos a vivir más años, queremos vivirlos mejor. Y eso es algo que no ocurre exactamente ahora, ya que incluso en las ciudades con mayor esperanza de vida hay también un alto ratio de años vividos con problemas de salud (hasta más de 20 podemos estar enfermos, indican algunas estadísticas). Hay muchos factores que intervienen en la ansiada longevidad, pero precisamente el estilo de vida mediterráneo engloba varios de los patrones que afectan de forma directa a nuestra salud y que auguran una existencia más larga y sana. Prueba de ello es que muchas de las clínicas de bienestar españolas convertidas en referentes a nivel mundial basan sus métodos y sus enseñanzas (porque los buenos hábitos se aprenden) en las características de este modo de vida (en su versión genuina, claro). Es el caso, por ejemplo, de SHA, un resort pionero en este campo. “Muchas personas llegan buscando longevidad desde un enfoque muy tecnológico: biomarcadores, tests avanzados, suplementación o estrategias de optimización metabólica. Todo eso es valioso y forma parte de nuestro ADN en SHA, porque nos permite una personalización muy precisa. Pero lo que más suele sorprenderles es descubrir que los hábitos que realmente sostienen el bienestar diario son mucho más sencillos: mantener ritmos circadianos estables, comer alimentos reales y de calidad, dormir bien, mover el cuerpo de manera natural y cultivar conexiones humanas auténticas. Justo los pilares del estilo de vida mediterráneo”, explica la doctora Mariel Silva, directora médica de este enclave. Eso sí, hablamos de volver a la esencia de esta filosofía. “Aunque España sigue estando entre los países con mayor longevidad del mundo, con una esperanza de vida cercana a los 84 años, vivir muchos años no garantiza hacerlo con buena calidad”, anticipan desde Palasiet Wellness Clinic, donde sus programas de longevidad de entre siete y diez noches buscan la reeducación.

DIETA MEDITERRÁNEA (PERO DE VERDAD)

Este patrón de alimentación ha demostrado, tal y como confirma Carlos Gutiérrez, director clínico de ZEM Wellness Clinic Altea, “una reducción significativa del riesgo cardiovascular, menor incidencia de diabetes tipo 2 y síndrome metabólico, menor inflamación sistémica y un perfil lipídico más favorable. Estas asociaciones se traducen en una mayor esperanza de vida y un menor deterioro cognitivo”. El problema es que en realidad nos hemos distanciado de la esencia de esta dieta, en la que deberían primar alimentos ricos en fibra, antioxidantes y proteínas saludables a través del consumo de frutas, verduras, frutos secos, legumbres, pescado y aceite de oliva. La doctora Silva añade otra bondad comprobada por la ciencia: “No es solo una forma de comer: es una estructura nutricional que favorece la estabilidad energética, reduce la carga digestiva y aporta una enorme diversidad de micronutrientes y compuestos bioactivos”.

NAOÍ EN EL MEDITERRÁNEO



El estilo de VIDA de los países bañados por este mar se caracteriza por unos patrones muy vinculados con la LONGEVIDAD. ANA MORALES explora, con la ayuda de expertos en envejecimiento, los beneficios de nuestras COSTUMBRES.



ESENCIA ESPAÑOLA

De arriba abajo y de izda. a dcha., ampollas Proteos Hydra Plus, de MARTIDERM; iluminador Ethereal Luminizer, de IDONY; contorno de ojos C+C Vitamin, de NATURA BISSÉ; EDP Earth, de LOEWE; bálsamo labial Suavina, de LABORATORIOS CALDUCH; limpiador en aceite IsdinCeutics Essential Cleansing, de ISDIN; sérum Repair Night Progress Timexpert SRNS, de GERMAINE DE CAPUCCINI; Lifting Serum Exosomes, de BABÉ; y Multiactive Serum Foundation, de U/1ST.

ESTAR PRESENTE

Los expertos recalcan las bondades de vivir con calma y con presencia: “El concepto de longevidad como calidad de vida implica comer sin prisa y con atención alimentos sencillos, masticar bien, elegir ingredientes de proximidad y convertir la comida en un momento de pausa y conexión”, explica Mariel Silva, que suma otras *praxis* fáciles y realistas: “Hacer pequeñas pausas a lo largo del día, respetar las horas de descanso, pasar más tiempo al aire libre, permitir que la vida tenga un ritmo más humano. Cuando nuestros pacientes integran estos hábitos notan cambios claros: más energía, mayor estabilidad emocional, mejor calidad de sueño y una claridad mental distinta. Empiezan a entender que la longevidad no es solo una cuestión de años, sino de cómo se viven esos años”, promete.



LA SIESTA

Esa costumbre tan española (y en ocasiones mitificada porque no siempre se puede llevar a cabo) tiene beneficios comprobados por estudios realizados en Grecia, donde se ha mostrado una menor mortalidad cardiovascular entre quienes practican siestas cortas de forma regular. “Este efecto parece vincularse a una mejor regulación neuroendocrina”, señala Gutiérrez. Katherine Lozano, experta en medicina integrativa de Palasiel, confirma también que “mejora la reducción del estrés, la función neurológica, el rendimiento cognitivo, reduce la sensibilidad al dolor, alivia la fatiga y mejora el estado de alerta. Y esto se traduce en reducción de producción de radicales libres y desbalance mitocondrial, teorías muy conocidas del envejecimiento”. Eso sí, hablamos de periodos inferiores a 30 minutos.



RELACIONES SOCIALES

Otro de los grandes motores de la longevidad en el que nos movemos como peces en el agua. “El estrés psicológico sostenido acorta los telómeros, mientras que sentirse acompañado y apoyado protege frente a este desgaste celular. La interacción social libera oxitocina, dopamina y endorfinas, neurotransmisores que reducen el cortisol, mejoran las conexiones prefrontales y favorecen la resiliencia emocional y plasticidad neuronal. A nivel inmunológico, las relaciones cálidas y estables disminuyen la inflamación de bajo grado y la reactividad del sistema inmune asociada al aislamiento. Son un factor antiestrés potente que protege nuestros telómeros, regula las hormonas y sostiene el bienestar psicológico, son un nutriente biológico esencial”, afirma Lourdes Ramón, psicóloga de Palasiet.

LUZ SOLAR Y TIEMPO AL AIRE LIBRE

Ambos factores inician un círculo virtuoso de buenas prácticas: se camina más, las relaciones sociales se integran de forma natural y se favorece la pausa mental. Francisco Gómez, experto en PNIE (Psico Neuro Inmuno Endocrinología), dice que “la luz solar es uno de los principales sincronizadores de nuestro reloj biológico. Exponerse en dosis adecuadas, sobre todo por la mañana, regula la producción de cortisol y melatonina, mejora el sueño, modula la inflamación y favorece un metabolismo más eficiente. Las personas que pasan más tiempo al aire libre suelen tener mejor salud cardiometabólica, menos estrés crónico y mejores marcadores de envejecimiento”. Por ello recomienda pasar cinco o diez minutos en el exterior al levantarse (ya sea en un balcón o junto a una ventana abierta).

P

uede una dieta mediterránea —y su equilibrio entre frutas, verduras, legumbres, aceite de oliva y pescado azul— sustituir a nuestra rutina de cuidado facial? La idea no es descabellada: al fin y al cabo, una piel sana empieza en el intestino. Sin embargo, en torno a la alimentación y su impacto sobre el cutis circulan tantos mitos como verdades a medias. Y es que todos hemos escuchado que beber dos litros de agua al día es garantía de una piel luminosa y joven, o que el chocolate, los lácteos y las grasas son los grandes aliados del acné. Pero, ¿hasta qué punto estas afirmaciones tienen respaldo científico? ¿Cuánto hay de evidencia y cuánto de creencias heredadas en estas ideas que se repiten casi como dogmas? Lo analizamos con ayuda de las expertas.

Una DIETA EQUILIBRADA cubre gran parte de nuestras necesidades, pero no evita que un apoyo tópico sea necesario. Eso sí, no existe COSMÉTICO que compense una mala alimentación.
Por LAURA SOLLA.

¿PODEMOS 'COMER' ANTIOXIDANTES SUFICIENTES?

Una alimentación saludable y variada puede cubrir buena parte de nuestras necesidades antioxidantes, pero la piel también se enfrenta a agresiones externas —como la radiación solar o la contaminación— que hacen necesario un refuerzo tópico en forma de SPF y fórmulas que combatan esa oxidación. “Una dieta rica en antioxidantes, junto con productos que contengan vitamina C, E o resveratrol, es la mejor sinergia para mantener una piel firme y luminosa”, afirma Estefanía Álvarez, nutricionista clínica en Longevity Hub by Clinique La Prairie. A esta idea se suma María Garayar, experta en dermatología estética, acné, rosácea y cirugía dermatológica, quien recuerda que puede resultar complicado obtener algunos de estos compuestos en cantidades suficientes solo a través de la dieta. Como ejemplo, el resveratrol, presente en uvas, cacahuetes y algunas bayas —como arándanos o moras—: “Para igualar la cantidad contenida en una sola cápsula de un complemento alimenticio de 250 mg habría que comer más de 100 kilos de arándanos al día. Algo evidentemente imposible”, explica. De ahí que sostenga lo difícil que puede resultar alcanzar unos niveles óptimos de antioxidantes sin recurrir a suplementos o cosméticos específicos.

VERDAD O MITO?

¿LOS LÁCTEOS PROVOCAN ACNÉ? ¿Y EL CHOCOLATE?

“La leche desnatada se asocia más al acné porque, al eliminar la grasa, se concentran las proteínas séricas (como el suero lácteo) que estimulan vías hormonales relacionadas con la aparición de brotes. Además, al digerirse más rápido provoca picos de insulina, otro factor implicado en la fisiopatología del acné”, explica Montse Prados, endocrinóloga y autora de *La medicina que necesitas eres tú* (Última Línea, 2024). “La leche entera suele ser mejor tolerada, ya que la grasa modula la respuesta metabólica y, los fermentados como los yogures o el kéfir, son aún mejores por sus probióticos. Así, la clave no sería eliminar los lácteos, solo observar cómo reacciona tu cuerpo a ellos”, añade Álvarez. Y, a propósito de otro alimento típicamente demonizado, añade: “El chocolate negro (mínimo 85 %) aporta antioxidantes que protegen la piel. Los problemas surgen con chocolates con leche, azúcar y grasas de mala calidad, que pueden favorecer la inflamación. Por tanto, basta con elegir un buen chocolate, alto en cacao y bajo en azúcar”.

ALCOHOL Y CAFEÍNA: ¿CÓMO AFECTAN A LA PIEL?

En este caso, no hay dudas. “El alcohol a corto plazo puede causar enrojecimiento por vasodilatación y empeorar las ojeras y bolsas por la retención.

A largo plazo, contribuye a un aspecto más apagado de la piel y a un envejecimiento acelerado”, asegura Garayar. Sobre la segunda bebida más consumida en España —solo por detrás del agua mineral—, Álvarez añade: “La cafeína, en cambio, tiene doble filo: en pequeñas dosis puede ser antioxidante y beneficiosa, pero en exceso (o en personas muy estresadas) puede aumentar el cortisol y contribuir al envejecimiento prematuro y al acné. Moderación y una buena calidad del café son clave”.

¿HIDRATACIÓN ORAL O TÓPICA?

Hablemos de la famosa y socialmente aceptada recomendación de los dos litros de agua diarios, una verdad con matices. Según Prados, no existe una cifra universal. “Esta depende de la dieta, el clima, el ejercicio...”. Y aunque estudios recientes muestran que un consumo elevado de agua mejora significativamente la hidratación superficial y profunda de la piel, la experta incide en que no sustituye a los hidratantes tópicos. “Los emolientes y humectantes reparan la barrera y reducen la pérdida de agua transepidérmica, algo que solo bebiendo no conseguiríamos”. Álvarez, por su parte, secunda la moción y recuerda que “no debemos olvidar que la hidratación también depende de lo que comemos: frutas, verduras, caldos, infusiones y alimentos ricos en minerales ayudan a mantener la piel hidratada”.





QUEDARSE EN CUEROS

La nueva creación olfativa de La Collection Privée de DIOR es un homenaje a la historia del cuero en la perfumería pero a la manera de FRANCIS KURKDJIAN. ANA MORALES habla con el perfumista sobre la (in)felicidad del creador, la idea real del lujo y su particular forma de entender el minimalismo.

Después de inspirarse en el trozo de madera que solía llevar Christian Dior en el bolsillo de la chaqueta por pura superstición para crear Bois Talisman de La Collection Privée, y reinterpretar la icónica y superexitosa Miss Dior en versión elixir con altas dosis de notas *gourmand* a base de mermelada de mora –algo que la ha convertido en el *best seller* de la casa–, Francis Kurkdjian tenía que materializar otro de los deseos que tuvo cuando se convirtió en el director de creación de perfumes de Dior en 2021. Se trataba de crear una fragancia con olor a cuero, “algo que eché en falta al llegar ya que se había discontinuado Cuir Cannage”, cuenta a esta cabecera una tarde de octubre cuando le entrevistamos en París para descubrir en primicia el resultado final de ese proceso que ahora se llama Cuir Saddle. Y que promete ser uno de los grandes *hits* en materia olfativa de 2026. Porque no, no es –como podíamos esperar viniendo de él– un olor a cuero como los demás.

No ha sido fácil; nada lo es cuando cae en manos del perfumista que con tan solo 25 años saltó a la fama por crear uno de los aromas más vendidos de la historia (Le Male, de Jean Paul Gaultier). No lo decimos nosotros, lo cuenta él mismo en el documental *Inside the dream: Dior* (Amazon, 2023) en el que afirma tajante que un “creador nunca es feliz, es parte del juego”. Y lo confirma durante la entrevista cuando le preguntamos por ello: “No lo estoy del todo porque mi trabajo nunca me parece lo suficientemente bueno. Pero mi función es hacer a la gente feliz, no serlo yo”, contesta asumiendo su rol en este juego y supurando altas dosis de perfeccionismo de esas que acaban encumbrando al éxito. En el caso de Kurkdjian, los grandes éxitos que atesora en forma de fragancias de culto que ya forman parte de la historia del perfume –y del mercado porque son éxitos de ventas, aunque no es algo de lo que le guste especialmente hablar– no han sido fruto de la casualidad y de la llegada de una inspiración (casi) divina. Y si hablamos de Cuir Saddle tampoco iba a ser una excepción. Para este francés que comienza el día pronto, muy pronto –y no porque la calma del amanecer le inspire especialmente para pensar, sino porque prefiere aprovechar esas primeras horas para todas las gestiones que implica trabajar en una casa como Dior y al mismo tiempo tener su propia marca de perfumes–, la creatividad no es algo que aparezca por sorpresa. No es algo con lo que te topes en medio de la noche y necesites anotar en una libreta para no dejarlo escapar (una escena típica de

genio creativo muy de película si lo piensas bien). Para Kurkdjian –teniendo en cuenta su larga lista de éxitos es más que interesante esta reflexión– la inspiración, en la vida real, se busca. De forma proactiva. Nada sucede de manera accidental en estas lides y eso que él es bastante supersticioso. “Yo no me encuentro con ella, la busco. No estoy trabajando y de repente me viene. Sucede al leer un libro, al ir a un galería de arte, a un museo, cuando te haces preguntas o cuando vas al archivo y estudias el legado de una marca como Dior... Pero no, no me viene, cuando la quiero buscar necesito estar receptivo y despierto para encontrarla. Es como cuando escribes un libro, cierras la puerta y empiezas a trabajar, no lo escribes leyendo otras obras”.

Por eso Cuir Saddle nació primero de una necesidad, la de tener una fragancia con olor a cuero en esta colección de perfumes nicho que el propio Francis llama “mi terreno de juego”, ese en el que está el ADN de la casa. “Estaba interesado en volver a la piel, necesitaba encontrar el nombre y definir la historia antes de construir el perfume. Siempre lo hago así. Perfilé la idea del cuero y después de casi un mes conecté con el concepto del bolso Saddle. Es un icono, cuando lo cuelgas de tu hombro es casi una extensión de tu cuerpo, es una parte de tu piel, su forma, su ergonomía... Esto me hizo trabajar la concepción del aroma como algo que estaba a flor de piel, como un tejido, una piel sofisticada y suave, algo parecido a un oso de peluche con el que se duerme”, dice. Y no, no se refiere a que el perfume tenga un efecto segunda piel –“No me gusta ese concepto porque transmite la idea de que no huele y no es exactamente eso”, puntualiza–. Se refiere a un jugo que se convierte en una extensión de tu cuerpo pero que al mismo tiempo deja su particular estela. Se trata de una nota de cuero ultrafina que tiene más de empolvado y nube que el clásico matiz ahumado que suelen tener estas familias olfativas.

Para poder alejarse del cuero tradicional el creador ha echado mano de flores almizcladas y ámbar en un ejercicio de sencillez que confirma la maestría. Ya lo decía en el documental nombrado anteriormente: “Las historias más simples permiten la creación de grandes perfumes porque son fáciles de traducir en un aroma”. Y ahonda en ello durante nuestro encuentro. “En la perfumería las fórmulas, a veces, son difíciles de alcanzar, son muy complejas y técnicas, y te puedes perder en ellas. La simplicidad es la historia más exitosa. Me refiero a hacer que algo sea tan sencillo como tenga que ser o como tú necesites. Como en cualquier arte, es importante saber por qué trabajas así, por qué usas esos ingredientes, por qué utilizas estas notas y no otras... Mantenerse en lo sencillo para mí funciona. No significa que

la fórmula del perfume sea corta, sino que tenga lo que necesitas para contar la historia y no perderte”, reflexiona.

Y en este caso el objetivo era conectar con la esencia de un bolso emblemático y una nota icónica –las notas de cuero se derivan de la profesión guantero-perfumista, que prosperó en el siglo XVI, cuando Catalina de Médici iniciara la moda de los guantes perfumados– pero a la manera de Francis Kurkdjian. Que no es una manera cualquiera. Nada en su carrera y en su conversación lo es. Prueba de ello es que a la hora de pedirle que defina el concepto de lujo, su respuesta vuelve a hacer reflexionar a su interlocutora: “Creo que no es algo que se pueda definir. Lo veo más como un punto de vista. Si hablamos de perfumes, habrá personas que harán un esfuerzo para comprarse la fragancia de sus sueños y otras que serán lo suficientemente ricas para hacerlo sin más. Pero para mí hoy en día la idea del lujo va más hacia desmaterializar las cosas. Es algo diferente: el silencio es lujo, el aire puro, el agua no contaminada, la libertad de expresión, la salud... Si no tenemos eso, el resto no existe ni funciona”, concluye. Nada más que añadir.



UN TALENTO PRECOZ Y UNA CARRERA DE ÉXITO

La creación, con tanto solo 25 años, de su primer perfume fue el comienzo de una trayectoria cuajada de éxitos, pero también de esfuerzo. “La magia no existe sin un buen trabajo detrás”, afirmaba durante una de sus entrevistas para esta cabecera. Nombrado Caballero de las Artes y las Letras en 2009 y cofundador de su propia marca de perfumes, Maison Francis Kurkdjian, en 2021 se unió a Dior como director de creación de perfumes de la firma sucediendo a François Demachy.



PERDER EL MIEDO A INTENTARLO

Todavía rodeado de prejuicios, pero sumando cada vez más adeptos a sus filas, el 'POLE DANCE' asciende posiciones para convertirse en el nuevo deporte de moda. Y si no, tiempo al tiempo. Por LAURA SOLLA.

L

a primera vez que me subí (o, más bien, que intenté subirme) a una barra de *pole dance*, fui inmediatamente consciente de tres máximas: que la fuerza de la gravedad era un factor a tener muy en cuenta si pretendía moverme lejos del suelo; que mi capacidad de agarre daba para sujetarme a la barra del metro y gracias; y que mi tolerancia al dolor era, básicamente, nula. Esto último es bastante relevante al tratarse de un deporte que no solo pone a prueba tu coordinación y propiocepción –sentido que nos permite saber dónde están las partes de nuestro cuerpo en el espacio y cómo se mueven, sin necesidad de verlas–, también tu umbral de dolor. Tiene su lógica: en *pole dance*, la piel –además de la fuerza de cada uno– es una herramienta más de agarre a una barra de acero que, consecuentemente, la pellizcará, rozará y magullará. “Lo que más sorprende a quien lo prueba por primera vez es justamente eso: que duele. Lo segundo, la dificultad”, me explica Mel Casas, mi profesora en el centro especializado en *pole dance* y telas aéreas Glow Up, con una sonrisa que deja entrever que ella lleva doce años sobreviviendo a ambos. Después, me consuela adelantándome que eventualmente el cuerpo se acostumbrará y dejará ver con mucha más claridad todo lo que esta disciplina puede ofrecer. “Con el *pole* te das cuenta de lo extraordinario que es el cuerpo humano y de todas las cosas increíbles que es capaz de hacer. Y no importa cómo te veas a ti misma o cómo creas que otros interpretan tu cuerpo; cuando empiezas a ser consciente de sus capacidades, es imposible no agradecerse”. Escucharla y, sobre todo, verla deslizarse en la barra haciendo parecer sencillo algo que, espóiler, para nada lo es, hace que cueste todavía más creer que aún haya quien reste méritos o incluso considere impúdico este deporte. “Es algo que sigue ocurriendo, es cierto, aunque personalmente no logro entender el porqué. Sí, el *pole dance* popular, el que nosotras practicamos, nace en los clubs. Viene de las *strippers*. Por eso muchísimas posturas llevan nombres de chicas: la *Jade*, por ejemplo, viene de una bailarina llamada así; la *Marion Amber*, lo mismo. Pero, ¿y qué? Eso no le resta dificultad, deportividad, ni la increíble comunidad que se crea alrededor de este deporte”, sentencia.

Lo cierto es que actualmente los prejuicios, en última instancia, siguen siendo la principal lucha de los *pole dancers*. “En los últimos años el *pole* se ha propuesto como posible disciplina olímpica, aunque está pendiente de aprobación. Para conseguirlo se crearon federaciones, organizaciones y también competiciones que se evaluaban de forma muy parecida a las de gimnasia. ¿La diferencia? En gimnasia, para aprobar el vestuario, se debe ver cierta cantidad de glúteo; a nosotras nos pedían cubrirlo todo. Hacíamos las mismas figuras, pero nos tapaban “para no sexualizar”, cuando al hacerlo eran ellos quienes lo sexualizaban. Las trabas no tenían sentido. Aún así seguimos creciendo y quién sabe si algún día lo lograremos”.

Aunque atletas y defensores, como la presidenta de la IPSF (International Pole and Aerial Sports Federation), Katie Coates, hicieron campaña durante años para lograr su inclusión en los Juegos Olímpicos, por el momento sin éxito, la realidad es que el interés general por esta disciplina que combina fuerza, agilidad y técnica no para de aumentar. Me incluyo entre los curiosos que se han animado a probarlo en el último año, aunque reconozco

que mi primer acercamiento no fue ni mucho menos como esperaba. “Si tu primera clase es multinivel, verás a tus compañeras más avanzadas e inevitablemente te compararás. Pero, si tu *coach* sabe llevar la situación y te enseña alguna figura que sí consigas hacer, lo más probable es que te enganches y quieras volver a intentarlo. Aun así, la primera clase suele ser muy dura”, reconoce Mel. Y vaya si lo es. En mi caso, yo, que siempre había presumido de equilibrio y elasticidad –con haber hecho gimnasia rítmica unos pocos meses a los seis años como único argumento, todo hay que decirlo–, me descubrí incapaz de emular en lo más mínimo los movimientos de mi profesora. De hecho, estoy segura de que si alguien hubiera jugado a buscar las siete diferencias entre nosotras en mi debut como proyecto de *pole dancer*, habría encontrado diez. Con los ojos cerrados. Y de espaldas. “Esto es arte, sí; deporte, también; pero su parte de tortura medieval no se la quita nadie”, pensaba mientras veía en un enorme espejo frontal cómo me deslizaba hacia el suelo con la misma elegancia con la que lo haría un mono tití.

Aun así, Mel tenía razón: me atrapó. No sé si por la envidia sana que sentía al ver a mis compañeras de clase hacer piruetas imposibles sin despeinarse, o quizá por la sospecha de que mi cuerpo era más capaz de lo que podía demostrar en ese primer intento. El caso es que, antes de salir por aquella puerta, había firmado mi sentencia: en adelante, volvería dos veces por semana. Para mi alivio, en pocos meses la cosa mejoró sustancialmente. El dolor inicial se había atenuado, me sentía más confiada, más fuerte, ya no me asustaba tanto caerme o girar (la barra puede estar en modo fijo o giratorio) y había avanzado años luz en coordinación. “Es un deporte extremadamente completo en el que lo primero que desarrollas es la fuerza. Al fin y al cabo, manejar tu propio peso corporal hace que utilices todos los músculos todo el tiempo, por lo que tonifica muchísimo”, argumenta la experta. El efecto es evidente: cuando logras escalar la barra y llegar hasta arriba por primera vez, tu cuerpo ya ha cambiado. La espalda está algo más ancha, los brazos más firmes, lo mismo con las piernas y el abdomen. Incluso el suelo pélvico se fortalece. ¿Otros beneficios que he podido comprobar en primera persona? Mayor elasticidad, una mejora postural notable y, colateralmente, más autoestima y confianza. “Además existen diferentes estilos, por lo que todo el mundo puede encontrar el suyo –alega Mel–. Está el *pole fitness*, que es más sobre figuras y combinaciones; el artístico, que prioriza la fluidez en las transiciones; y el *exotic*, mucho más enfocado en la sensualidad, que se practica con tacones de veinte centímetros. Dentro de este último está el *old school*, muy arraigado a las raíces del *striptease*; el contemporáneo, que usa mucho *edgework* –trabajo con el tacón y la plataforma en los bordes, dibujando líneas en el suelo–; y también el *hard*, con más trucos y golpes de tacón. Aunque lo habitual es empezar con el *fitness* para entender el funcionamiento”. Sea como fuere, lo importante, recuerda, es perder el miedo a dar el primer paso. “Si te da reparo empezar siempre puedes preguntar qué clases están más vacías. Y si la vergüenza es demasiado grande, pero tienes muchísimas ganas y puedes permitirte, ve a una clase privada”. De verdad, merece la pena intentarlo.

YA (CASI) ES PRIMAVERA



La llegada del buen tiempo en materia de MAQUILLAJE se presume optimista y muy divertida, con TONOS que invocan el colorido de la fruta y nuevos PRODUCTOS que reinventan usos y texturas. Una invitación en toda regla a jugar y experimentar. Por ANA MORALES.

Empezando por arriba y en el sentido de las agujas del reloj, Blush Filter Blurring Blushlighters Palette, tono Rose Berry, de HUDA BEAUTY, cuatro tonos de colorete en polvo con pigmentos mate y perlas luminosas; Dior Addict Lip Glow Oil, tonos Cherry y Rosy Candy, de DIOR, con una fórmula de tratamiento infundada con aceite de cereza; Météorites Blooming Glow, de GUERLAIN, una reedición de primavera de sus icónicas perlas reveladoras de luz; y Rouge Rabanne Glowies, tono Endgame, de RABANNE, un brillo de labios con infusión de granada y ácido hialurónico.

ENCUENTRA TU FÓRMULA

Skin Complex Advanced: Acción antiedad global. Mejora arrugas profundas, aporta nutrición y refuerza la firmeza de la piel.

Photo Age HA+: Piel apagada o con signos de fotoenvejecimiento. Aporta luminosidad y mejora la firmeza, la hidratación y el tono.

Proteos Hydra Plus: Aporta hidratación intensiva, firmeza y un efecto de luminosidad inmediata en pieles secas.

Proteos Hydra Plus SP: Mantiene los beneficios antioxidantes e hidratantes en una textura ligera ideal para pieles normales o mixtas.

Proteos Liposome: Formulada para pieles grasas o reactivas con una textura oil-free que aporta luminosidad e hidratación sin sensación grasa.



La CIENCIA detrás del SÉRUM en su forma más CONCENTRADA

Durante años, la cosmética ha buscado que los activos más potentes lleguen a la piel en su forma más eficaz. No siempre ha sido sencillo. Ingredientes como la vitamina C pura, uno de los antioxidantes más utilizados, plantean un reto técnico dada su inestabilidad frente a la luz, el aire o la humedad. Preservar intactas sus propiedades ha sido uno de los grandes desafíos del cuidado facial.

Fue en 1989 cuando MartiDerm, marca de origen farmacéutico con más de 70 años de trayectoria, logró desarrollar una fórmula capaz de preservar intactas las propiedades de la vitamina C y los proteoglicanos, dos activos clave para la salud de la piel. Aquel avance permitió aplicar estos ingredientes en su estado más puro y marcó el nacimiento de un nuevo formato: el sérum en ampolla.

La atmósfera libre de oxígeno, el uso de materiales inertes y el vidrio topacio protegen la fórmula frente a la oxidación, asegurando que los activos mantengan su potencia hasta el momento de uso y una concentración estable con resultados visibles en poco tiempo.

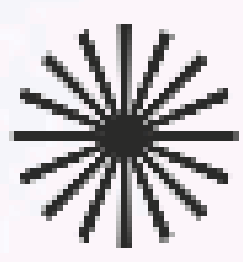
El rigor científico con el que trabaja MartiDerm se apoya en más de 200 estudios clínicos y en una trayectoria avalada por la investigación dermatológica. Hoy, se traduce en más de 300 millones de ampollas vendidas en todo el mundo y en el liderazgo como marca número uno en sérums antiedad*. Más allá del formato, el éxito de las ampollas reside en su precisión. Cada dosis está formulada para aportar exactamente lo que la piel necesita: hidratación, firmeza y luminosidad, tres pilares del cuidado antiedad, con mejoras visibles respaldadas por estudios clínicos y la experiencia de uso ❖

* IQVIA Sell Out Unidades TAM Agosto 2025.



En el sentido de las agujas del reloj, Ombres Minérales, de HERMÈS, una paleta de sombras de ojos con cuatro acabados inspirados en el 'métier' de la seda; Ever Icon Eye Palette, de DOLCE & GABBANA, con sombras de ojos de larga duración; Prada Concealer, de PRADA BEAUTY, un corrector difuminador con efecto filtro suave enriquecido con péptidos y escualano; LV Baume, de La Beauté de LOUIS VUITTON, un bálsamo labial con aroma a menta y frambuesa; Gucci Matte Powder, de GUCCI BEAUTY, polvos matificantes enriquecidos con extracto de rosa negra; y Eyeshadow Stick, tono Pasarela Coffee, de HERRERA BEAUTY, una sombra de ojos resistente al agua.




**"LOS PACIENTES
REPORTAN
LUMINOSIDAD,
HIDRATACIÓN
PROFUNDA
Y MEJORA DE
LA TEXTURA
DE LA PIEL"**

***Dra. Raquel
Moreno Pentinel***

El CAMINO hacia la MEJOR versión de tu PIEL

Las líneas de expresión, las arrugas o la falta de firmeza y luminosidad en el rostro son los síntomas que normalmente solemos atribuir al envejecimiento cutáneo, que si bien viene dado por la edad, se puede producir antes o después dependiendo de cómo nos hayamos cuidado a lo largo de los años. ¿La buena noticia? La medicina estética ha avanzado tanto que existen protocolos que mejoran la calidad de la piel, poniendo fin a estas preocupaciones, sin dar un volumen antinatural no deseado. "El tratamiento TEOXANE babyGLOW™ es un protocolo médico-estético en el que, mediante 8 pequeños pinchazos, con un *skin booster* exclusivo, obtenemos mejor calidad de la piel, un aumento de la luminosidad natural, mayor hidratación y una mejora de la matriz dérmica, lo que se traduce en una disminución de las arrugas finas y de la rugosidad de la piel, así como en un aumento de la densidad cutánea", explica la Dra. Raquel Moreno Pentinel, del grupo de clínicas de Medicina Estética Eres

(en c/ Francisco Gervás, 11 y c/ Fernando El Católico, 61, ambas en Madrid). Debido a su composición, ácido hialurónico no reticulado y 14 nutrientes esenciales, este tratamiento está indicado para un perfil de paciente que busca devolver la luminosidad, la hidratación y la redensificación a su rostro. "Los pacientes con piel apagada son los primeros candidatos a este tratamiento, también es ideal como tratamiento preventivo o correctivo suave en pacientes de entre 20 y 45 años, y lo utilizaría como complemento en pieles maduras", asegura la experta.

Las tasas de satisfacción suelen situarse alrededor del 90%, con una gran mayoría de pacientes dispuestos a repetir el tratamiento. "En general, el grado de satisfacción es muy alto, ya que los pacientes siempre buscan resultados rápidos, visibles, no dolorosos y que les permitan incorporarse rápidamente a su vida cotidiana. Este tratamiento se ajusta a esas premisas", zanja ❖



En el sentido de las agujas del reloj, Luminous Silk Foundation, de ARMANI BEAUTY, la icónica base de maquillaje ahora enriquecida con niacinamida y glicerina; Lash Latex, de YSL BEAUTY, máscara de pestañas con efecto 'lifting' y cepillo de alta precisión; paleta Strike a Match Blush and Glow, de la colección Flirt Alert, de KIKO MILANO; The Multiple, de NARS, la barra multifunción inspirada en el 'lipstick' que usó François Nars para maquillar el rostro de Carolyn Murphy en los 90, ahora con nueva fórmula; Colour Wash, tono Coral, de VICTORIA BECKHAM BEAUTY, un colorete líquido efecto lavado; Lip Comfort Oil, tono Pitaya, de CLARINS, el aceite labial de culto con rosa mosqueta con más de una década de historia; y Rouge Noir Confidende, de CHANEL, una paleta de color para el rostro en tonos magenta, rosa, rojo y un iluminador blanco.

La CIENCIA de la mesoterapia encapsulada en COSMÉTICA

La ciencia regenerativa es una de las vías más sólidas para mejorar la calidad de la piel. Trabaja sobre funciones que se vuelven menos eficaces con el tiempo y favorece que las células recuperen su capacidad de repararse. Filorga, primer laboratorio francés en medicina estética¹, lleva décadas estudiando estos procesos, donde la mesoterapia actúa directamente en el tejido para estimular la producción de colágeno y elastina.

Inspirada en ese enfoque, la marca desarrolló el complejo NCEF, un cóctel de ingredientes presentes en la piel cuyo objetivo es fortalecer la barrera cutánea, mejorar la uniformidad del tono y favorecer que la piel mantenga un ritmo regenerativo más eficaz. El resultado es una superficie más lisa, luminosa y homogénea, con una respuesta progresiva que se intensifica con el uso continuado.

La doctora Karima Bourougaa, responsable científica de Filorga, explica que permite trabajar “en armonía con la fisiología cutánea”, respetando los tiempos de la piel y potenciando los mecanismos que sostienen su firmeza y luminosidad. Los estudios clínicos realizados con la línea NCEF-Revitalize muestran avances medibles en textura, elasticidad e hidratación a lo largo de las semanas.

Por su parte, la médico estético Camino Guallar subraya el potencial de combinar este enfoque con tratamientos en consulta: “Cuando la piel está preparada para regenerarse, los resultados se potencian y se mantienen durante más tiempo”✦

Dra. Camino Guallar Espallargas, de la Clínica Guallar Espallargas en Madrid.



EL SÉRUM NCEF-REVITALIZE DE FILORGA

El sérum icónico, concentrado al 10% en el complejo NCEF, para transformar visiblemente la calidad de la piel con activos utilizados en mesoterapia estética. Un sérum que ofrece resultados visibles en 7 días² y resultados óptimos a partir de los 42 días³.



DE VENTA EN FARMACIAS, PARAFARMACIAS DE EL CORTE INGLÉS Y EN ES.FILORGA.COM. ENCUENTRA EL PUNTO DE VENTA MÁS CERCANO A TI ESCANEANDO EL CÓDIGO QR.



(1) Fundado en 1978. (2) Estudio clínico sobre homogeneidad, elasticidad y firmeza (32 mujeres) después de 7 días de uso dos veces al día. (3) Estudio clínico sobre homogeneidad, elasticidad, firmeza, luminosidad y piel lisa (24 mujeres) después de 42 días de uso dos veces al día.



En el sentido de las agujas del reloj, Idôle Juicy Blush, tono Berry Bisou, de LANCÔME, un colorete líquido efecto mate con niacinamida, vitamina B3 y vitamina E; Lune Liner, tono Coup de Foudre, de VIOLETTE_FR, un 'eyeliner' líquido multifunción para un acabado de alta precisión; Skin & Color Serum Primer Prisme Libre, de GIVENCHY, para preparar la piel antes de la base; Silky Matte Lipstick Rouge À Lèvres, tono Whirl, de M·A·C, una barra de labios con acabado sedoso y mate; y L'Orchidée Coral, de SISLEY, un colorete iluminador con extracto de lirio blanco para suavizar la piel y tres tonos luminosos para mezclar de múltiples maneras.

El baño.



Hay baños y baños. Los de Roca cuentan con el mejor diseño y la última tecnología para ofrecer soluciones sostenibles y de calidad y garantizar la mejor experiencia en el espacio de baño.

roca.es

Roca

VOGUE



BARCELONA

M

e encantaría besarte, pero me acabo de lavar el pelo”, dijo Madge Norwood (Bette Davis) a Marvin Blake (Richard Barthelmess) en el filme de 1932 *Esclavos de la tierra* (en inglés, *The Cabin in the Cotton*). Hoy, la ironía de la actriz cobra más sentido que nunca: el estado de nuestra melena se ha convertido en una de las principales prioridades estéticas y las estadísticas lo confirman. Según el centro de investigación e innovación Aitex, el 82,1 % de los europeos considera que los productos para el cuidado del cabello son importantes o muy importantes en su vida diaria. El 60 %, que usarlos mejora su autoestima y estado de ánimo. En otras palabras: el cuidado del cabello se ha transformado en un auténtico ritual que va mucho más allá de lavar y peinar. “Hemos empezado a tomarnos en serio el cuidado del cuero cabelludo y la fibra capilar. Es una excelente noticia, siempre y cuando no pasemos de cuidar a saturar”, advierte Unai Calero, enfermero experto en cuidados capilares y divulgador científico, a propósito de la creciente inclinación a sumar pasos y productos a nuestra rutina.

Es en este contexto donde surge lo que se conoce como *skinificación*; esto es, la tendencia a trasladar al cabello las atenciones y pasos propios del *skincare*. Una moda curiosa, especialmente si tenemos en cuenta que la querencia actual pasa por simplificar la rutina facial. La capilar, mientras tanto, se vuelve cada vez más compleja. “Conceptos como este, así como los rituales previos a la ducha o los famosos ‘cócteles capilares’ —combinaciones de varios productos para conseguir un objetivo concreto: más brillo o definición, menos encrespamiento...— han llegado para quedarse, pero entendidos con cabeza. Es importante, por ejemplo, introducir los productos de uno en uno, dándonos unas semanas de margen para observar cómo responde tanto nuestra fibra capilar como nuestro cuero cabelludo. Si añadimos varios a la vez será imposible saber qué nos está funcionando y qué no”, aconseja Calero, para quien una buena rutina debe empezar siempre por lo básico, por los cimientos. “La base es el champú, siempre elegido en función del estado y las necesidades del cuero cabelludo, que es donde viven los folículos. Si esa piel no está sana, es muy difícil que el cabello que vaya a nacer de ahí lo esté. Luego podemos completar la rutina con acondicionadores, mascarillas y/o sé-



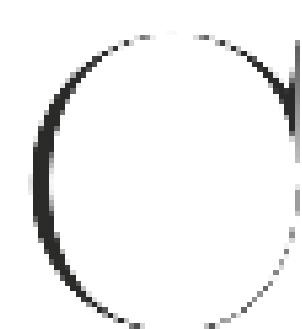
1. Tratamiento prelavado desintoxicante Shift Treatment, de L.C.O.N. para usar una vez a la semana.
2. Crema de peinado 'antifriz' Gloss Absolu Frizz-Glaze Cream, de KÉRASTASE.
3. Aceite bifásico para cabello dañado Absolut Repair Molecular Oil, de L'ORÉAL.
4. Espray acondicionador antirrotura Leave-in Omega, de DYSON.
5. Aceite reparador concentrado Ultimate Reset, de SHU UEMURA.
6. Perfume capilar Hair Rituel Le Parfum, de SISLEY.
7. Bálsamo para puntas dañadas Acidic Bonding Concentrate Hair Bandage Balm, de REDKEN.
8. Complemento bebible que apoya la regeneración capilar nocturna Olistic Night Booster, de OLISTIC.

rumos, estos sí según el estado de la fibra capilar. Además de, claro, protección térmica si se usan herramientas de calor. Cuando respetamos esta sencilla regla, el pelo responde mucho mejor”. Y a partir de ahí, el infinito: perfumes capilares de aromas inolvidables, exfoliantes de cuero cabelludo que descongestionan los poros y eliminan las células muertas de la piel, espráis de peinado *antifriz*, aceites reparadores y complementos alimenticios de eficacia probada —el nutracéutico Olistic Woman, sin ir más lejos, ha demostrado en un reciente estudio clínico un incremento de 27 pelos por centímetro cuadrado a los seis meses de uso— se presentan con fórmulas cada vez más ricas e interesantes. Eso sí, que la complejidad de la composición no interfiera en la facilidad de mantener la constancia: cuando una rutina capilar se vuelve excesivamente enrevesada, se suele abandonar. La recomendación del experto, por tanto, es sencilla: cuando proceda, uno o dos productos prelavado escogidos con criterio y lo mismo poslavado. Entre medias, nuestros básicos. Y, si hay molestias, lo mejor es parar, simplificar y consultar con un profesional. Eso sí que nunca falla.

MENOS NO SIEMPRE ES MÁS

*Las RUTINAS
CAPILARES cada vez
más largas y complejas
responden a una obsesión
común: la de la eterna
búsqueda de la MELENA
perfecta y, sobre todo,
SANA. Aquí, la casa sí
se empieza por el tejado.
Por LAURA SOLLA.*





urar la vejez podría sonar a teoría distópica hace años. Pero ahora, en plena ola por la longevidad y todo lo que rodea a este concepto (que básicamente incide en la idea de vivir más, pero sobre todo mejor) tiene más sentido que nunca. Sobre todo si se le pregunta por ello al doctor Jean-Marc Lemaitre, referente en este ámbito y autor de diferentes libros, uno de ellos titulado precisamente así (*Guérir la vieillesse*, en su versión original). El investigador del Instituto de Medicina Regenerativa y Bioterapias de Montpellier ha consagrado su carrera al estudio del proceso de envejecimiento y a la posibilidad de reprogramar las células para que, como si de un viaje al pasado se tratara, pudieran retroceder en el tiempo. Si hay algo en lo que insiste este experto, nueva incorporación al comité de científicos de la firma francesa Caudalie, es que el proceso de envejecimiento es plástico y podemos intervenir de forma proactiva (otro de sus libros, *Decide tu edad*, lo deja así claro). Nos lo explica durante nuestro encuentro en la nueva sede que Caudalie ha inaugurado en el corazón de Le Marais, en París. “El envejecimiento es una adaptación y su plasticidad biológica para amoldarse a las circunstancias se puede modificar”, explica en referencia a esa concepción de entender el paso del tiempo como un proceso



CAMBIAR EL DESTINO DE LA PIEL

El doctor Lemaitre ha participado en estudios clínicos dermatológicos de Caudalie demostrando, mediante el uso de cuatro relojes epigenéticos –herramientas que miden la edad biológica analizando ciertos patrones del ADN–, que la combinación de los ingredientes principales de la línea Premier Cru provoca un rejuvenecimiento a nivel molecular. Y, por tanto, en los signos visibles del envejecimiento de la piel. De izda. a dcha., La Crème, Le Sérums y La Crème Yeux, de CAUDALIE.

del que podemos formar parte activa teniendo en cuenta los factores que modifican el comportamiento de los genes y que se engloban dentro de la epigenética. “El estilo de vida es responsable del 90 % de la longevidad”, afirma este francés que predica con el ejemplo con patrones de vida sencillos como intentar no estresarse –“El estrés hace que los telómeros se acorten mucho más rápido”, dice en referencia a esos protectores de nuestros cromosomas–; practicar 14 horas de ayuno para activar los procesos de limpieza de las células –en su caso no es nocturno, prefiere hacer esas horas entre el desayuno y la cena–, y comer de forma equilibrada, evitando la glucosa en la medida de lo posible. Promete que cambiando el estilo de vida la edad biológica puede verse beneficiada en ocho semanas (de la misma manera que con hábitos nocivos como fumar se pueden sumar hasta 10 años más a este indicador de nuestra salud que no tiene por qué coincidir con la edad del DNI). Y todo ello pasa por una necesaria concepción, según Lemaitre, de entender “el envejecimiento como una enfermedad que se puede prevenir y contra la que se puede actuar”, afirma.

En cuanto al rol que juega la cosmética para modular la manera en la que envejecemos, el doctor confirma sin tapujos su eficacia en determinados casos. “Es un territorio interesante de investigación, por eso es importante poner ciencia dentro de ella. No todo los ingredientes funcionan, pero algunos sí y se puede demostrar y comprobar con resultados clínicos”. Y es ahí donde surge su conexión con Caudalie: el investigador ha trabajado más de un año en estudios clínicos dermatológicos para comprobar la eficacia de la combinación de los tres ingredientes principales de la gama *Premier Cru*, una de las líneas más exitosas de esta firma de cuidado de la piel que acaba de celebrar su 30 aniversario. Y ha confirmado que la sinergia del resveratrol, el extracto de palo de rosa y la viniferina incide en los marcadores visibles de envejecimiento ya que las células tratadas mostraron una disminución significativa de la edad biológica prevista. Buenas noticias, también para las menos crédulas.

VOVER ATRÁS

Considerar el ENVEJECIMIENTO como un proceso que se puede ‘REPROGRAMAR’ es la base de la teoría del doctor Lemaitre, referente en el ámbito de la longevidad y nueva incorporación al comité científico de CAUDALIE. Por ANA MORALES.

ARQUITECTURA para CELEBRAR la vida



En lo más alto del Tibidabo, donde la arquitectura se funde con el paisaje y la cultura se contempla desde otra perspectiva, METT Barcelona se erige como una declaración de elegancia, historia y visión contemporánea.

Inaugurado en 1925 como Gran Hotel La Florida, el edificio fue concebido por el arquitecto Ramón Raventós, una de las figuras destacadas del *noucentisme* catalán, corriente que defendía el equilibrio, la proporción y la armonía clásica como respuesta mediterránea a la modernidad. Su arquitectura, de líneas sobrias y monumentales, se integra de forma natural en la montaña, utilizando terrazas escalonadas, grandes ventanales y una orientación estratégica que convierte la luz y las vistas en elementos estructurales del proyecto.

Cien años después, este icono histórico renace bajo la firma de Sunset Hospitality Group, tras una reforma integral que ha respetado la esencia del edificio y su valor patrimonial. La intervención arquitectónica preserva la nobleza de sus líneas originales, los espacios generosos y la solidez constructiva, incorporando un lenguaje contemporáneo donde diseño, arte y funcionalidad conviven con naturalidad.

A lo largo de su historia, el hotel ha sido testigo del pulso cultural de la ciudad y refugio de figuras como

Ernest Hemingway, James Stewart, Rock Hudson o la princesa Fabiola de Bélgica. Hoy continúa siendo un enclave elegido por quienes buscan discreción, historia y una conexión auténtica con la Barcelona creativa.

En el corazón social del hotel se encuentra el Florida Lounge by Lladró, una colaboración creativa que convierte al hotel en un nuevo epicentro cultural de la ciudad. En el corazón del lobby se despliega una colección que incluye las creaciones más vanguardistas de Lladró, como las colecciones The Fantasy, The Guest y Embraced de Jaime Hayon. Un ambiente relajado y acogedor que busca también generar un diálogo entre las elegantes lámparas diseñadas por Marcel Wanders, la sutil colección Ice Cream y la luz natural para así hacer brillar la arquitectura centenaria del edificio.

Con solo 70 habitaciones y *suites*, concebidas como espacios de calma y diseño exquisito, que cuentan con vistas integradas como un cuadro en sí mismo, METT Barcelona apuesta por una experiencia íntima, donde el lujo se expresa a través de la calidad del espacio, la luz y los materiales. La arquitectura restaurada se convierte así en el verdadero hilo conductor de una propuesta que trasciende el concepto de alojamiento ✦

De CARA a la GALERÍA

*La gallega CARMEN RIESTRA nos abre las puertas de su casa
—con carácter expositivo— en el barrio barcelonés de Poblenou.
Una antigua fábrica reconvertida en la sede de VASTO GALLERY.
Fotografía CÉSAR SEGARRA. Estilismo PATRICIA LÓPEZ.
Por GARBINE CONTINENTE.*





*En esta doble página, Carmen
lleva jersey de AMERICAN
VINTAGE; pantalón de
MASSCOB; calcetines
de CALZEDONIA; y
anillos de JULIETAS.*



E

l proceso de búsqueda de una vivienda suele estar determinado por el estilo de vida de quienes van a habitarla: del número de habitaciones a una cocina de mayor o menor tamaño, el deseo de tener terraza o la necesidad de disponer de un espacio de trabajo. Lo que muy pocas personas se imaginan como primera residencia es una superficie diáfana de más de 500 metros cuadrados donde la vivienda familiar convive con una galería de arte. Vida y trabajo, rutinas y pasiones, en un único espacio donde todo el rato suceden cosas. Así es Vasto Gallery, el proyecto de Carmen Riestra (Galicia, 1989) en el corazón del barrio barcelonés de Poblenou.

“Primero vino el espacio, todo fue muy orgánico. Encontramos el edificio y, a partir de ese momento, tuvimos la idea de instalar la vivienda y, después, adaptar la galería. Buscábamos crear un sitio dinámico, pensado para la creación, donde se pudiesen concebir ideas y presentar a artistas jóvenes. Y, a partir de ahí, ver cómo se desarrollaba. El lugar ha ido evolucionando con nosotros”, recuerda la galerista sobre los inicios del proyecto.

El sitio pedía a gritos una iniciativa a la altura del inmueble que lo acoge. Se trata de una construcción de Joan Torras, del siglo XIX, que durante décadas acogió una fábrica de pasta. El arquitecto catalán introdujo vigas de resistencia reforzadas por un núcleo cerámico y techo abovedado de carácter industrial, elementos que quisieron mantener tras la reforma de la planta, que llevó a cabo el estudio de arquitectura Mesura. “Entendieron fenomenalmente el concepto que queríamos traer. Ahora hay más casas-galería, no somos la única, pero sí que, cuando empezamos con este proyecto, hace cuatro años, no se veía tanto, y aún menos a nivel nacional”, recuerda Riestra.

Así, se entregaron en cuerpo y alma a un proyecto que hiciese las veces de vivienda privada y espacio expositivo, donde los elementos que componen cada zona crean un diálogo constante. “La zona de estar es una estancia flexible con solo dos elementos fijos: una encimera de cocina de acero inoxidable de ocho metros de largo y una larga mesa de color hueso en la pared opuesta. El resto del área se ex-

En la página anterior, vista general de Vasto Gallery, coronada por la pieza Seating 5 de Sara Regal. En esta página, Pina, en el interior de su casita –obra de We Are Takke– lleva camiseta y chaqueta, ambas de THE NEW SOCIETY; pantalón de ZARA; zapatos de PABLOSKY; y calcetines de TINYCOTTONS.





*“Primero vino el espacio,
todo fue muy orgánico.
ENCONTRAMOS
EL EDIFICIO y,
a partir de ese momento,
tuvimos la idea de
instalar la vivienda y,
después, ADAPTAR
LA GALERÍA”.*

tiende ininterrumpidamente, permitiendo que el espacio de exposición adopte diferentes configuraciones”, detalla Mesura en la leyenda de proyecto. Para darle la funcionalidad que requiere una vivienda, construyeron un módulo de madera, separado de las paredes y el techo, que divide la zona de descanso del resto de la galería, y que oculta armarios, nevera, zona de baño y otros sistemas de almacenaje.

Las piezas en exposición y acciones temporales conviven con la colección privada de Vasto. Riestra confiesa que, al principio, procuraban separarlas un poco más, pero con el tiempo todo se mezcla y cohabita. Así, en los 500 metros cuadrados que ocupa la vivienda, el programa –siempre vivo– de la galería se fusiona con obras de Joan Brossa, Robert Rauschenberg, Heidi Hahn, Christo, Jean Cocteau, Wilfredo Lam, Piranesi, Alma Berrow y otros, que forman parte de la muestra permanente. “A estas se suman obras que vamos adquiriendo de nuestros artistas y diseñadores. Al final resulta complicado que, de una exposición que comisarias, en la que trabajas desde el principio, que te gusta y que incorporas en tu casa, conviviendo con las piezas, no te apetezca quedarte con algunas de ellas”, confiesa.

La idea de alumbrar este concepto surgió de forma orgánica. Carmen Riestra tenía ya su propia galería con el mismo nombre cuando vivía en la capital –aunque en ese momento era de naturaleza *online*–. “Empecé con el proyecto en Madrid y lo mantuve durante seis años. Tenía la sede en mi piso, con esa dimensión más cercana de recibir al cliente en casa. Y siempre quise mantener esa dinámica, enseñar las obras con un formato más doméstico, de *one-to-one* y en mi propia vivienda. Me parece interesante para los artistas”, explica. A esta idea se sumó el anhelo de construir un espacio que invitase a la conversación entre diferentes ramas. “Me

*En esta página, Carmen
lleva vestido y abrigo,
ambos de RÓHE; anillos
de JULIETAS; y
mules de MIISTA.*



“BARCELONA *tiene su propia historia de diseño y arquitectura. Es una SOCIEDAD SUPERCULTURIZADA en ese aspecto. Está muy preparada, muy viva, muy abierta y cuenta con grandes nombres del sector. FORMAR PARTE DE ELLA es increíble*”.

interesaba mucho toda la escena de Collectible Design, darle voz aquí en España. Y, sobre todo, empecé a especializarme en encontrar e identificar nuevas voces de una generación más joven. Me enfoqué en esa línea y me interesaba mucho fomentar el diálogo entre las disciplinas. Mi curaduría siempre ha sido muy ecléctica, nunca he podido definirla: voy a lo que me gusta, al artista que me mueve, me vuelco en él y lo acompaño. Es así como se establece una relación que implica creer en el otro, confiar y producir juntos”.

En este *totum revolutum* apareció, hace casi dos años, un último elemento que lo transformó todo: Pina, la primera hija de Riestra. Y aunque muchos se preguntarán

cómo es posible encajar las rutinas y necesidades de una niña pequeña en un proyecto como Vasto, lo cierto es que todo se integró de una forma muy natural. Diseñaron, de la mano de We Are Takk –el estudio de diseño que forman Mireia Luzárraga y Alejandro Muíño– una suerte de habitación móvil con la que cualquiera habría soñado en su infancia. “Le construimos su propio espacio, para poder mantener la idea original de la galería, que hubiese una rotación constante, pero que a ella, por supuesto, no le afectase. Reconozco que plantear la maternidad y mantener este concepto también fue un desafío, pero ha sido precioso. Para mí ha sido mi viaje particular y no me lo imagino de otra manera. Pina ha estado presente en cada paso, ha venido conmigo a todas las ferias. Entonces, sí, es un estilo de vida”, confiesa.

La transformación es una constante en la trayectoria de Vasto. A través de exposiciones, encargos y proyectos colaborativos, exploran las intersecciones del arte, el diseño y la arquitectura. Como consecuencia, han creado una comunidad que une a artistas y diseñadores nacionales e internacionales, como Sara Regal, Berta-Blanca T. Ivanow, Esther Gatón, Max Milà Serra, Forever Studio y las Hermanas Ritsch, entre otros, al tiempo que cultivan una selección más amplia y cuidadosamente editada a través de muestras y proyectos especiales. Actualmente –y hasta el 21 de enero– la galería alberga *Arqueología de lo posible*, la primera exposición colaborativa entre Pol Agustí (Barcelona, 1985) y Max Milà Serra (Barcelona, 1994), donde las piezas cerámicas del primero y las máquinas de luz del segundo conviven como hallazgos de una cultura posible.

Entre sus planes a corto plazo está el de abrir una segunda sede en Madrid como principal propósito, así como seguir presenciando la transformación de Vasto Gallery. “Para nosotros es superorgánico que vaya evolucionando y los artistas y las obras vayan cambiando, que cada exposición vaya dejando un lastre. En tres años hemos posicionado mucho la galería en el mapa; ahora la gente nos escribe, quieren sentarse con nosotros, aunque solo sea a contarnos una idea o un concepto”, confiesa la fundadora con un entusiasmo evidente. Y, por supuesto, seguir contribuyendo a acercar el talento emergente y las nuevas formas de expresión a una ciudad en constante ebullición. “Barcelona tiene su propia historia de diseño y arquitectura. Es una sociedad superculturizada en ese aspecto. Está muy preparada, muy viva, muy abierta y cuenta con grandes nombres del sector. Formar parte de ella es increíble”.



En la página anterior, la pieza Timber Addition, de Mark Malecki. En esta página, Pina lleva cárdigan, camiseta, pantalón y calcetines, todo de TINYCOTTONS; y bailarinas de ZARA. Carmen luce camisa y pantalón, ambas de EIKO AI; y botas de ZARA. Ambas están sentadas sobre el Sausage Sofa, del diseñador Willo Perron para BD Barcelona.



CON MUCHO GUSTO

E

LAURA VERAGUAS y ANDREA ESCRICHE son el alma de un proyecto gastronómico situado a la vanguardia de la escena culinaria nacional. Arte y estética conviven con un respeto profundo por los ingredientes y el territorio. Más que un 'catering' al uso, VER AGUAS es un regalo para los cinco sentidos. Por GARBINE CONTINENTE.

n la última década el sector gastronómico –local e internacional– ha sufrido una transformación sin precedentes. Una nueva generación de chefs y perfiles creativos han inventado una infinidad de formas, inéditas y transgresoras, de interpretar la comida, a través de propuestas que, precisamente, trascienden lo culinario.

“Ver Aguas es diferente porque no funciona como un *catering* tradicional, sino como un micelio vivo, una red que conecta lugares, productores, artesanos y comunidades culturales para crear experiencias gastronómicas que van mucho más allá del servicio. Igual que el micelio opera bajo la superficie, el proyecto sostiene toda su cocina sobre una infraestructura invisible hecha de vínculos reales, prácticas sostenibles y conocimiento compartido”. Así define la chef Laura Veraguas Martínez (Terrassa, 1984), el proyecto que alumbró durante la pandemia, y que hoy dirige de la mano de Andrea Escriche Junyent (Barcelona, 1989), la otra mitad de Ver Aguas, encargada de la gestión y producción del mismo.

La iniciativa nació con una premisa clara: generar un nuevo lenguaje gastronómico vinculado al territorio, las personas y el producto. “Nos diferenciamos no solo por lo que servimos, sino

Suscríbete

NO TE PIERDAS NADA DE VOGUE

Recibe 12 números más este *lote de Revlon* como regalo de bienvenida por sólo 62 €.



SUSCRÍBETE O REGALA AQUÍ
SUSCRIPCION.VOGUE.ES



En esta página y en la anterior, fotografías del proyecto de investigación centrado en las diferentes fases de crecimiento del arroz (Delta de l'Ebre), con la participación del despacho de arquitectos Guadern Campanals Arquitectes.

por cómo lo construimos: trabajamos desde relaciones simbióticas con los productores, desde la sensibilidad hacia los ciclos naturales y desde una plasticidad operativa que nos permite adaptarnos al entorno. Podemos dar servicio a 300 personas o concentrarnos en un formato íntimo de 50, optimizando recursos sin perder la esencia”, explican sobre la naturaleza de la iniciativa.

Sus creaciones nunca pasan desapercibidas, ni a ojos de quienes encuentran sus bodegones publicados en redes sociales ni, por supuesto, a los paladares que tienen el privilegio de degustar sus delicias. Y es que si por algo destacan las bodas, eventos privados y acciones para marcas es por esa dualidad entre la excelencia culinaria y una estética impecable. “Se fundamenta en destacar la belleza del alimento. Nosotras buscamos que la comida sea la encargada de embellecer el espacio y no crear un entorno para que eleve la comida. Podríamos definir nuestra estética como la sobriedad mezclada con dosis de elegancia y sutileza”, conceden.

Así, el continente que acoge cada uno de sus trabajos se convierte en un agente más de la propia instalación. De ahí que en su porfolio cuenten con una infinidad de proyectos que han llevado a cabo en lugares emblemáticos: “El escenario nos sirve de inspiración para generar nuestras propuestas gastronómicas. Nos interesa mucho su forma, su estructura, su materialidad y su funcionalidad. Intentamos intervenir el espacio lo menos posible para mantener la esencia del mismo y conseguir cierta coherencia con la propuesta. De alguna manera, la comida acaba motivando esta conexión imprescindible con el lugar, también hablando de él”.

Entre esos marcos que menciona la dupla destacan construcciones con un valor arquitectónico incalculable, instituciones ar-

tísticas y culturales o parajes naturales. La Fábrica de Ricardo Bofill, la casa-taller del arquitecto en Sant Just Desvern; Ca l'Iborra, una casa señorial de estilo noucentista construida en los años treinta en Mataró; la Fundación Antoni Tàpies, en el barrio de L'Eixample; o la Fábrica Formoryza en Arnés, Tarragona, son algunos de los enclaves en los que han obrado su magia.

El proyecto ha ido evolucionando, tanto en fondo como en forma, a lo largo de los años. Cuando Laura y Andrea comenzaron su andadura, cubrían las necesidades que requería cada servicio. Con el tiempo han ido consolidando, de forma paralela, una línea interna de investigación que abarca desde proyectos propios a colaboraciones con otros agentes. “Un ejemplo de ello es el proyecto de investigación en el Delta de l'Ebre, Cicles Flotants, que entrelaza arte, arquitectura sostenible y gastronomía dentro del marco del proyecto de investigación Garbes i Garbes, de Sara de Ubieta, David Bestué y Marc Navarro subvencionado por la Fundación Carasso”, mencionan las emprendedoras.

El foco actual de Ver Aguas está puesto en los eventos para particulares y marcas –de firmas del sector del lujo a clientes del sector cultural–, al tiempo que asesoran a otros proyectos de restauración con sus propuestas gastronómicas. “Nuestro objetivo a corto y medio plazo es mantener un crecimiento sostenido de una forma coherente, sin quebrantar los valores de honestidad y transparencia, y seguir en la línea de un proyecto solvente económicamente y que aporta al territorio un conocimiento a partir de la gastronomía”, confiesan. Una iniciativa a la que conviene seguir el rastro y que pretende seguir demostrando que el poder de la comida tiene vida más allá de la mesa.

MÁSTERES

Da el siguiente paso en tu carrera con Vogue College of Fashion

Máster en Comunicación
de Moda y Belleza

Máster en Dirección de Empresas
de Moda y Belleza

Máster en Imagen de Moda:
Estilismo y Dirección Creativa

Máster en Diseño de Moda y
Creación de Marca y Negocio

Máster en International
Luxury Business



UNIVERSIDAD
NEBRIJA



VOGUE COLLEGE OF FASHION

voguecollege.com

infoadmisiones@voguecollege.com

A photograph of an outdoor pool area, likely at the Barcelona Pool House. The scene is filled with lush greenery, including a large tree on the left and a large, curved, light-colored structure on the right. In the center, there are several round tables with striped chairs and large white umbrellas with red stripes. The ground is covered in gravel or sand. The overall atmosphere is serene and luxurious.

UN VIAJE *EN EL TIEMPO*

El recién estrenado BARCELONA POOL HOUSE es un templo consagrado a un (cada vez más difícil) objetivo: que el BIENESTAR INTEGRAL deje de ser una quimera para convertirse en una realidad. Por LAURA CERÓN.

S

i alguna vez has visto el capítulo de *Sexo en Nueva York* en el que las protagonistas van a Soho House y te has preguntado cómo sería esa trama hoy en día, bienvenida al club. Muy probablemente, en la era del *wellness*, Carrie, Samantha, Miranda y Charlotte, no solo tratarían de refugiarse del calor mientras se toman unos cócteles, sino que buscarían un oasis de relajación que las alejara, al menos en espíritu, del vertiginoso ritmo de la ciudad. Y eso es justo lo que se propone la exclusiva red global de clubes privados y hoteles con su nuevo templo de bienestar en la capital catalana: Barcelona Pool House.

Ubicado en un palacete de 1906 en la Avenida del Tibidabo, el recién estrenado establecimiento es la tercera apertura de la cadena en la Ciudad Condal. Pero en este caso no se trata de un club al uso, sino de un espacio en el que regenerar por completo cuerpo, mente y alma. “Barcelona Pool House ha sido diseñado como un refugio frente a la ciudad, un lugar donde disfrutar de la tecnología del bienestar más avanzada en un entorno tranquilo y relajado”, explica Caroline Curry, directora global de Soho Health Club. Y esa idea atraviesa el proyecto de principio a fin. Desde el primer escalón que conduce a la recepción hasta el último rincón del jardín, la sensación es la de haber cruzado una frontera que separa el frenético ritmo urbano de la vida lenta.

Si algo define el cuidado interiorismo de Barcelona Pool House es su capacidad para hacer convivir pasado y presente con armonía y soltura. El edificio ha sido restaurado respetando su esencia original. “Su historia ha sido el eje central a la hora de enfocar el diseño. Rendir homenaje a la época en la que fue construido era fundamental”, señala Domhnall Nolan, Senior Designer de la compañía. Ese tacto se traduce en espacios acogedores e íntimos, pensados para ser habitados desde la contemplación.

La joya de la corona es, como bien adelanta el nombre del establecimiento, la piscina exterior. Una amplia zona de descanso que busca promover actividades que garanticen el bienestar integral: ejercicio relajado, lectura y una conversación distendida. Y si la piscina es el eje físico del espacio, el jardín es su centro emocional. “Al entrar, parece como si estuvieras en un lugar secreto”, explica Nolan. “Reubicamos cuidadosamente cuatro de los árboles originales para devolverles la vida y seleccionamos nuevos ejemplares junto con una fuente antigua”. El resultado es un paisaje íntimo, casi escondido, donde el tiempo parece detenerse.

Entre las seis salas del palacete destaca The Living Room, que conserva su suelo original y alberga el Martini Bar, uno de los espacios más emblemáticos del edificio, según confiesa Nolan cuando se le pregunta por el rincón que mejor define la esencia de Barcelona Pool House. “El techo cuenta una histo-

“Queremos que los miembros sientan que se les ha concedido ACCESO EXCLUSIVO a otra época”, explica Domhnall Nolan, Senior Designer de la compañía.

ria maravillosa y uno puede quedarse observando infinitamente, descubriendo pequeños detalles en el fresco”, asegura. El segundo Soho Health Club de la ciudad ocupa la cuarta planta de la construcción, y cuenta con vistas al Tibidabo. Aquí, el bienestar se entiende como una regeneración integral: tratamientos como el Water Massage conviven con terapias avanzadas como colchonetas PEMF e infusiones intravenosas. Y el Health Club Café, primer café totalmente vegetariano y vegano de Soho House, completa la experiencia con tentempiés y *smoothies* pensados para después del entrenamiento.

El arte es otro de los pilares fundamentales del proyecto. A lo largo de todo el espacio se pueden encontrar más de 80 obras de 30 artistas estrechamente vinculados con Barcelona. Nombres como Eva Fàbregas, Regina Giménez o Antoni Tàpies conviven junto a talentos emergentes como Bea Bonafini o Cristina Stolhe. Las piezas de todos ellos dialogan con los murales históricos y los frescos decorativos originales del palacete.

El resultado es un lugar donde el pasado y el presente se fusionan y donde el lujo se mide en silencio, tiempo y cuidado. “Queremos que los miembros sientan que se les ha concedido acceso exclusivo a otra época”, concluye Nolan. Y quizás ahí esté la clave: Barcelona Pool House no promete desconexión total, sino algo más valioso y realista: un lugar donde el bienestar deja de ser una tendencia manida y se convierte en algo tangible y real.

En la página anterior, un detalle del jardín de Barcelona Pool House. Bajo estas líneas, la zona de la piscina, concebida para el máximo relax.



*¡Hola,
Barcelona!*

*Las TENDENCIAS de la nueva
temporada encuentran en la
CIUDAD CONDAL, Capital Mundial
de la Arquitectura en 2026 y en pleno
Año Gaudí, el escenario de excepción para pasear
su carisma LIBRE e INTELECTUAL.
Fotografía SEBASTIÁN FAENA.
Estilismo HARRY LAMBERT.*

*Lulu Tenney con 'total look'
de CELINE, en el Barrio
Gótico de Barcelona.*





*Frente a La Pedrera
(Antoni Gaudí,
1906-1912) Lulu luce
vestido, sujetador y
bragas, todo de MIU
MIU; cárdigan de
RALPH LAUREN;
y sandalias de
RUSSELL &
BROMLEY.*

Toda una vida pisando flores

E

s domingo por la mañana y salgo a pasear con mi perra Greta. Me dispongo a llegar al mar andando. ¿De qué otro modo podría yo escribirle una carta de amor a Barcelona que caminando por sus calles? Además, poner los pensamientos en movimiento siempre será lo más importante que me enseñó mi madre. Antes de empezar a bajar, enfilo por las calles de mi barrio donde se entra a otra vida. Llego a las torres modernistas situadas a los pies de la montaña, en las que ya no vive casi ninguna familia. Ahora son clínicas de fertilidad, restaurantes y gimnasios. En esta zona tengo mis casas favoritas desde que soy niña. Cada una encierra una historia familiar, y como mínimo, una pérdida. Su arquitectura me conecta con quienes ya no están. Cruzo por el puente al que Carlos Ruiz Zafón le dedicó *Marina*. El barrio transcurre en silencio en esta mañana lenta. Los vecinos se desperezan, sacan a los perros, llevan prensa debajo del brazo. Hoy la mayoría de comercios permanecerán cerrados, menos mi florista, Rafa, uno de los seis hermanos con paradas de flores desperdigados por la ciudad.

Una de las cosas que más me gusta de Barcelona es su misma palabra. Imagínate vivir en una ciudad que no te gusta cómo suena, y por la que te veas obligada a repetirla incontables veces durante toda tu vida. Barcelona es una palabra rarísima, tan cercana, tan familiar para mí como puede serlo manzana o queso. Si la miro muy de cerca casi que puedo verme de niña, descubriéndola, cogida de la mano de mi madre. Me hace pensar en mar lejano y asfalto, plataneros y sudor, cielos rojos y gaviotas.

Conozco de memoria la duración de los semáforos de esta ciudad, la afluencia de los coches en según qué calles y qué horas, los árboles del amor y su momento de ponerse en flor. Adivino la llegada de la primavera solo mirando el cielo y la forma en la que la luz se posa en los edificios de enfrente. En una palabra, Barcelona es el lugar del que no tengo que huir. Y aún así, si me pides que la describa, siempre me quedo un poco muda.

¿Qué es Barcelona? Está tan arraigada en mí que no sé dónde termina ella y dónde empiezo yo. Pero si hablamos de arraigo, son mis pies, lo último que salió del cuerpo de mi madre, lo que me conecta con Barcelona. Si trato de ponerla en un mapa, diría que la mía empieza en las montañas, en los pinos y encinas que envuelven y protegen toda la ciudad. Y pensaría que termina en el mar, el único final posible, trágico, imbatible. ¿Puede que el mar haya sido el único capaz de poner una barrera a su belleza?

Es en medio de estos dos extremos, mar y montaña, donde se ha dado toda mi vida. Podría crear un mapa emocional solo señalando sus barrios. Les Tres Torres, donde nací. Les Corts, donde di a luz. El Carmel, siempre en pendiente, casi laberíntico, allá donde se dio una amistad para toda la vida. La Sagrada Familia, el eterno proyecto inacabado, donde mecí a mi hija hasta conseguir dormirla. El Raval, con su luz tan rectilínea, el último hombre malo. Siempre he pensado que los barceloneses no nos

movemos mucho de nuestra zona porque gran parte de la ciudad está en desnivel. Eso hace agradecido andar de arriba abajo. En menos de lo que dura un latido, estoy en pleno corazón de Gràcia. Su arquitectura recuerda más a un pueblo que a una ciudad: casas bajas, balcones floridos, abarrotados de objetos y una comunidad que se teje en sus plazas. A estas alturas de la ciudad, me vuelve la pregunta imposible: ¿cómo sería todo si viviese aquí? ¿Me vestiría distinto?

Llego a los Jardinetes de Gràcia, que ponen fin a ese encanto inimitable y se abren a la grandiosidad del Passeig de Gràcia. Las luces de Navidad hoy resaltan su exuberancia. Serpenteo por el Eixample, que se abre como un tablero geométrico. Me paro a tomar un café y me enfado por dentro porque se dirigen a mí en inglés. ¿Te imaginas a tu madre hablándote en otro idioma? En unos minutos, dejaré este orden perfecto para adentrarme en el caos, y también retroceder siglos atrás.

Doy con la Plaça Vuit de Març, un poco de casualidad, en realidad voy de camino a la Catedral. De pronto, escucho sin buscarlo a un guía turístico: “Antes de llevaros al mural del beso, quiero enseñaros esto. Barcelona fue fundada por los romanos y este tramo es uno de los pocos restos de su acueducto. Tiene casi dos mil años, llevaba agua desde el Besòs hasta la ciudad”. Esto es lo que nos pasa a los barceloneses, no vivimos Barcelona desde los datos, sino desde la memoria emocional, fusionándonos con ella. Entonces, cuando llega el dato, nos asombramos igual que un turista.

No es día para ver la Catedral, el mercado de Navidad ocupa toda la plaza. Habrá otra noche en la que saliendo de cenar, volveré a encontrarme a la chica que cantaba *Blue Jeans* a capela. Llego a la Plaça Sant Jaume donde se casó mi hermano. Cruzo Laietana y me pierdo expresamente por las calles del Born, donde cada vez hay más tiendas de *souvenirs* por metro cuadrado. Aquí perderse está asegurado. Pero en cada pérdida se gana el descubrimiento de una calle nueva, una plaza desconocida, que es todo menos reciente: carga con unos diez siglos a sus espaldas.

Barcelona es una mujer. Callada y elegante, con movimientos sinuosos y postura erguida, aun cuando descansa. Mira de soslayo, sabia, contenida, inalcanzable. Vivir en ella es andar bajo esos códigos, mimetizarse con su arquitectura.

La Basílica de Santa María del Mar aparece, imponente. No puedo entrar porque voy con mi perra. Pero me asomo y me permito embelesarme por unos segundos. Sigo hacia abajo, no hay pérdida posible. Llego a la Barceloneta, a juzgar por el sol que lo ilumina todo y por el atuendo de los paseantes, nadie diría que es invierno y que pronto llega la Navidad. Ya tengo prisa, no puedo esperar a verlo. Al fin, de lejos, aparece, infalible: el mar.

¿Qué es Barcelona? Barcelona es una madre. Amarla es vivir en ella sin asombro, dentro de ella, a causa de ella. Apreciarla es tan retante como desprenderse de la fusión con la madre: conocer qué parte del miedo y del deseo era suyo, y cuál era heredado.

En Barcelona ando rápido y siempre mirando al suelo. Aun así, tardé en darme cuenta de que las baldosas de mi ciudad llevan el dibujo de una flor, el panot de flor de Josep Puig i Cadafalch. Llevo toda mi vida pisando flores. Hoy vuelvo a casa en bus, que me empiezan a doler los pies.

Leticia Sala

Leticia Sala es autora de *‘Los cisnes de Macy’s’* (Reservoir Books, 2023), *‘In Real Life’* (Simon & Schuster, 2020) y *‘Scrolling After Sex’* (Terranova, 2018). En Substack, cuenta con la ‘newsletter’ semanal *‘Magical Thinking’*.



En esta doble página, 'total look' de SAINT LAURENT POR ANTHONY VACCARELLO en La Fábrica (Ricardo Bofill).





*En esta doble página, Lulu,
en el Barrio Gótico, luce top,
falda, medias y zapatos,
todo de ALAÏA. En la
página siguiente, arriba,
panorámica de la ciudad con
La Sagrada Familia de
Antoni Gaudí al fondo;
abajo, Sebastián Faena
fotografiando a la modelo.*



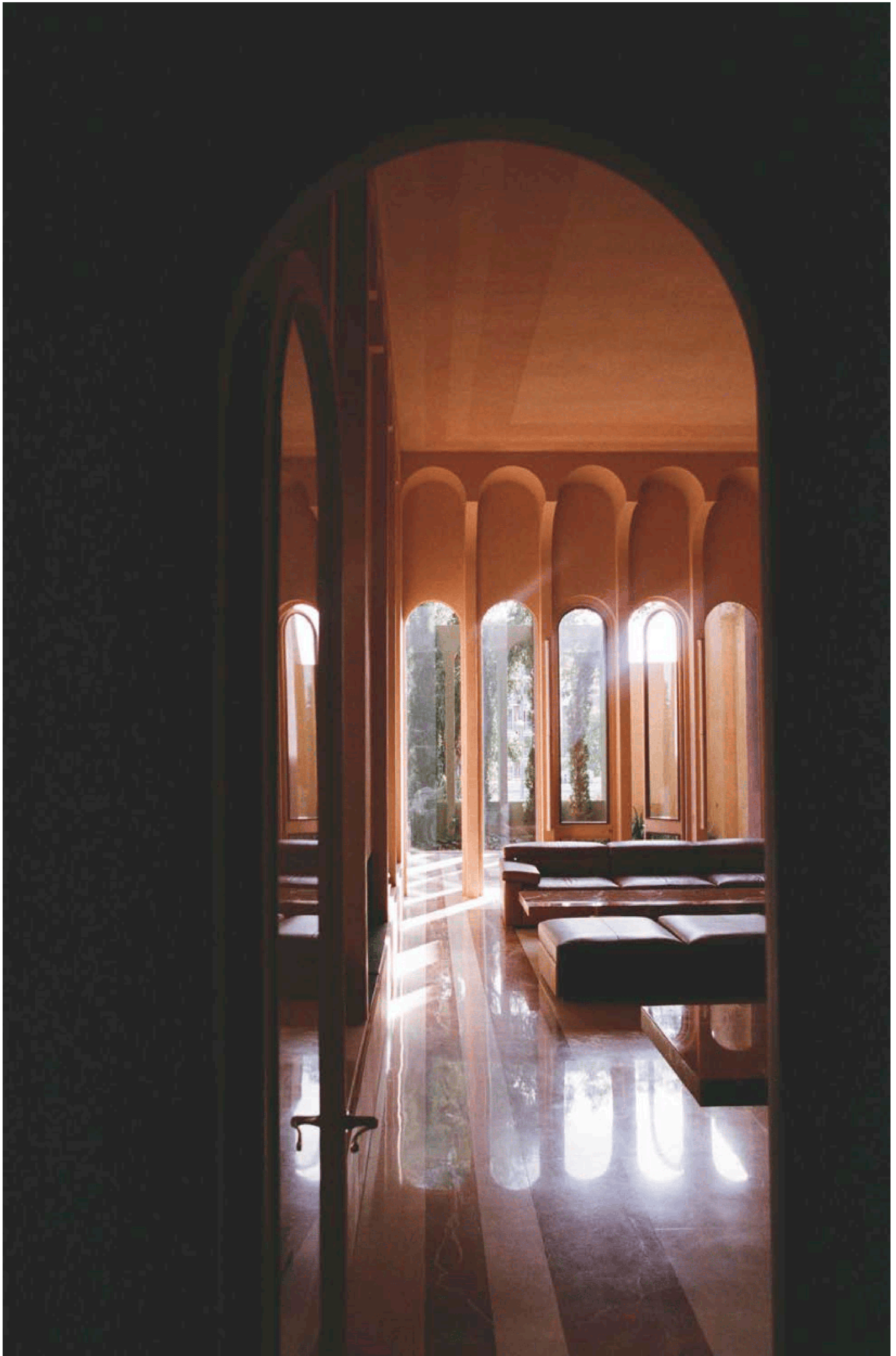




*En la página anterior,
Lulu en La Fábrica, con
top, falda y zapatos, todo de
BOTTEGA VENETA.
En esta doble página, el
edificio Walden 7 (Ricardo
Bofill, inaugurado en 1975).
La modelo lleva sujetador,
top, 'culotte', abrigo, bolso y
zapatos, todo de PRADA.*



*En esta página, vestido
de CHLOË; y gafas de
CONNER IVES. En esta
doble página, La Fábrica.*



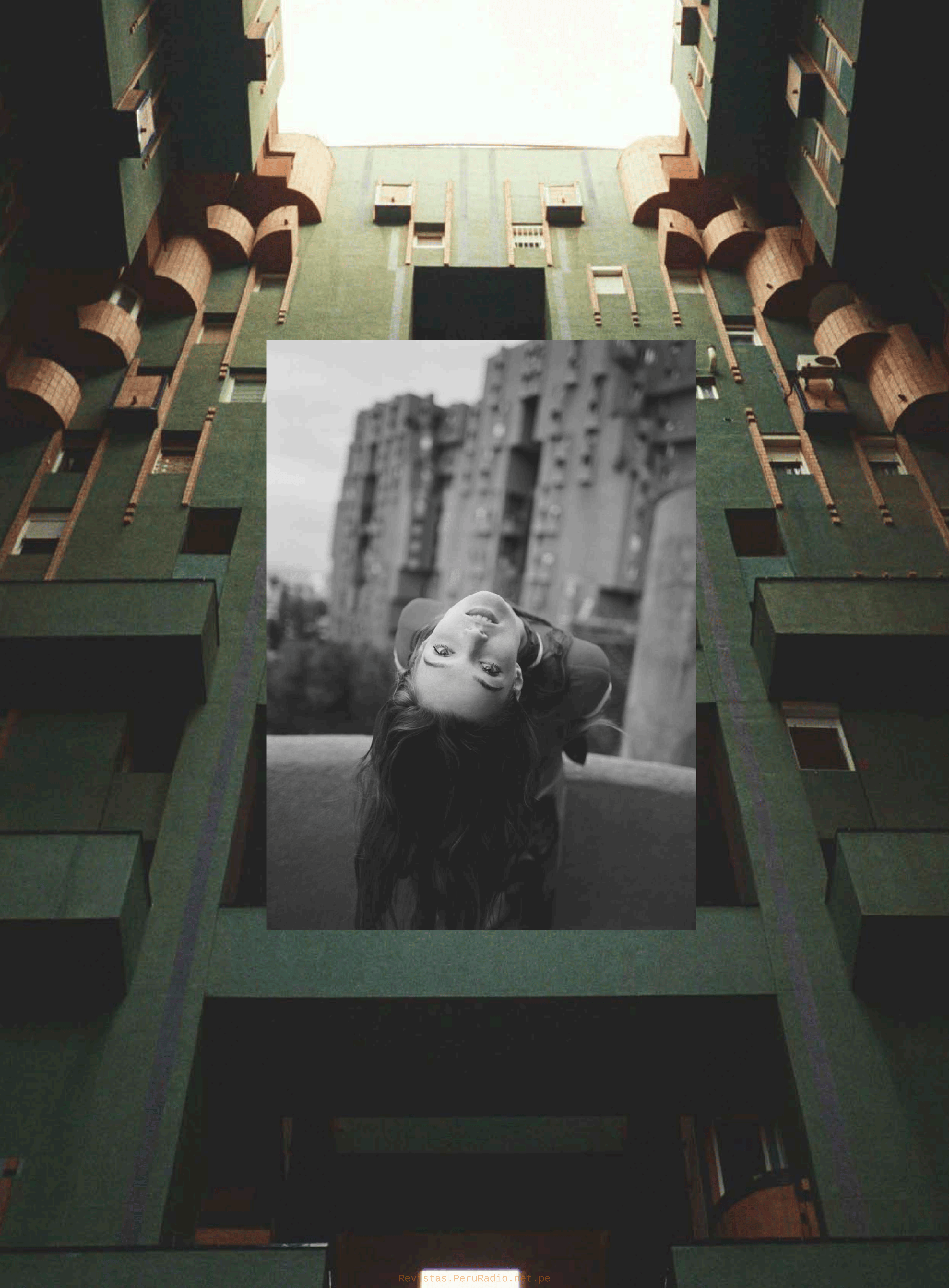


En esta doble página,
en La Fábrica, vestido
de CHLOÉ, gafas de
CONNER IVES,
y salones de CHRISTIAN
LOUBOUTIN.





En esta doble página, en el edificio Walden 7, Lulu luce 'total look' de VERSACE; y medias de CALZEDONIA.



*En esta página, en el edificio
Walden 7, 'total look' de
LOEWE; chaqueta roja
de ARKET; y sandalias
de ERL. En la página
siguiente, el Pabellón
Alejandrino (Mies van der
Rohe y Lilly Reich, 1929).*







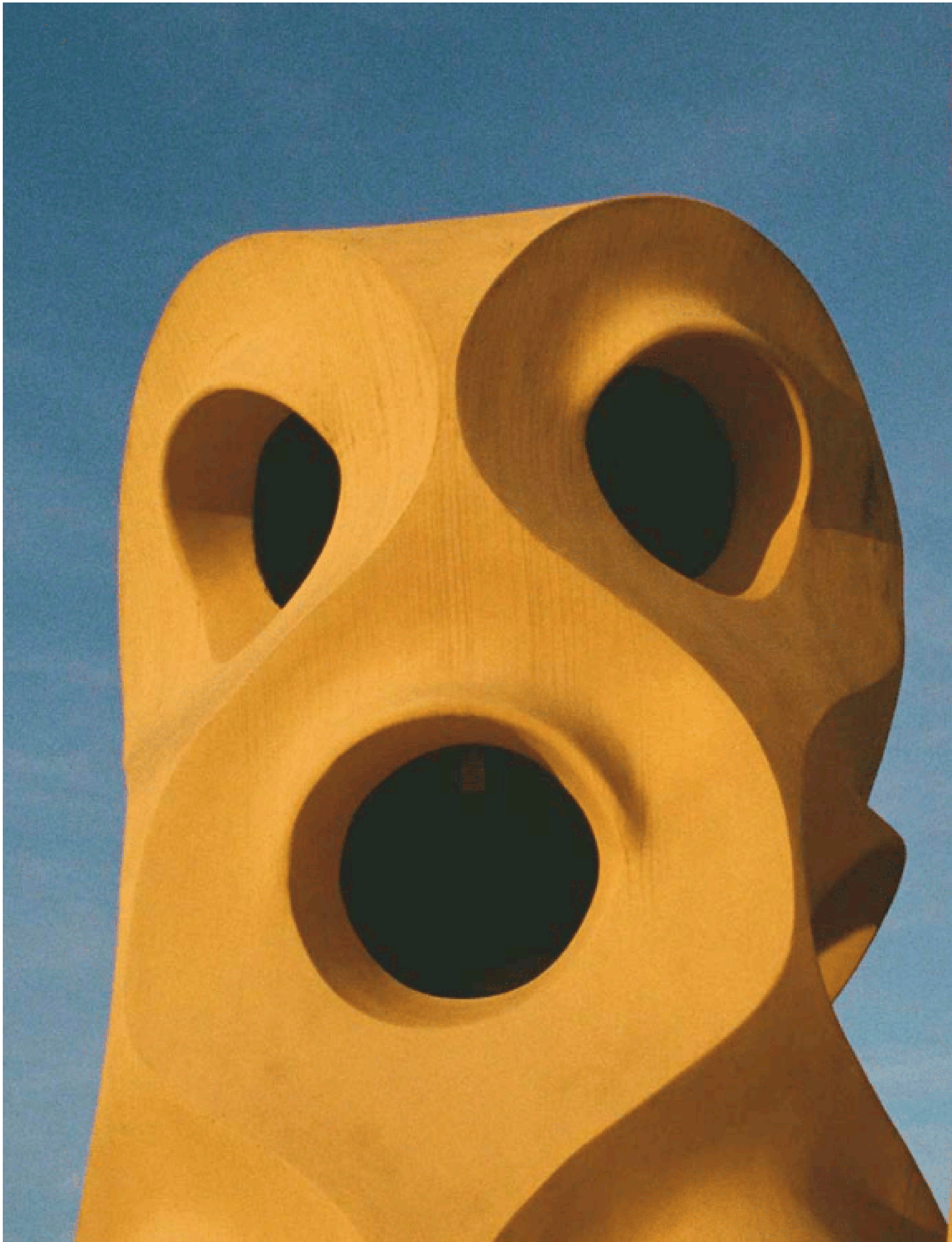
*'Total look' de CELINE,
en el Barrio Gótico
de Barcelona.*



*En esta doble página,
en la azotea de Casa
Vicens (Antoni Gaudí,
1883-1885), vestido,
zapatillas y calcetines, todo
de LOUIS VUITTON.*

*En esta página, vestido
de TOM FORD. En
la página siguiente,
detalle de La Pedrera.*







En esta doble página,
Casa Vicens. Bajo estas
líneas, top y pantalón,
ambos de VALENTINO;
chaqueta de FENDI;
y sandalias de
BALENCIAGA.

Peluquería: Anna Gofone
(R3-MGMT) para Authentic
Beauty Concept. Maquillaje:
Jose Carlos Gonzalez
(Uno Artists) para Dior
Beauty. Producción:
247PLUS. Modelo: Lulu
Tenney (Lumien Creative).



Entrar a vivir

El fotógrafo SEBASTIÁN FAENA ha retratado a lo largo de los años a sus íntimos amigos, la artista LUNA PAIVA y el empresario PABLO BOFILL. Estas imágenes tomadas en dos escenarios esenciales para la familia –La Fábrica y Mont-ras– confirman cómo ciertos espacios poseen la capacidad única de determinar quiénes somos. Por CECILIA CASERO.





*En esta doble página,
interiores de La Fàbrica,
la sede de Bofill Taller
de Arquitectura que,
originalmente, fue una
fábrica de cemento
construida en los años veinte
durante la industrialización
catalana. Sobre estas líneas,
Luna Paiva y Pablo Bofill
posan con sus hijos: Romeo,
Iara y la pequeña Athena.*

N

acer en la misma ciudad –París–, en el mismo mes –enero–, y en el mismo año –1980–, puede considerarse una coincidencia bastante significativa. Pero en el caso de la pareja formada por la artista Luna Paiva y el empresario Pablo Bofill es solo la primera de muchas. El universo ya conjuraba para que sus caminos se cruzaran como finalmente lo acabaron haciendo, aunque ese momento aún tardaría en llegar. “Si mis padres no se hubieran separado, hubiéramos empezado en la misma escuela a los tres años: estaba matriculada en su misma clase, pero nuestros destinos se alejaron por un tiempo”, rememora Paiva, que después de esquivar lo que parecía escrito en su guion, se marchó a Argentina. Finalmente el encuentro inaugural se produjo en L’Empordà años más tarde. La creadora francoargentina acostumbraba a pasar los veranos en la Costa Brava, una zona a la que sus padres –Rolando Paiva, pintor y fotógrafo; y Teresa de Anchorena, galerista y gestora cultural– llegaron a través de Paco Revés, mítico galerista catalán responsable de traer también a Elsa Peretti y otros artistas; mientras que, a pocos kilómetros de allí, Bofill disfrutaba de largas temporadas en la casa que su padre, Ricardo Bofill, había levantado en la localidad catalana de Mont-ras en 1973. “Desde el segundo en que nos vimos ya estábamos juntos: nos fuimos a nadar durante una hora y media, trepamos la roca de nuestra infancia, saltamos desde lo más alto al mar. Ya sabíamos todo”, confiesa la artista.

Desde entonces, el clan Bofill Paiva pasa mucho tiempo en la residencia de Mont-ras, la casa familiar donde precisamente la pareja se casó en 2022 acompañada de un reducido grupo de invitados; y en La Fábrica, la sede de Bofill Taller de Arquitectura, el estudio que el hijo menor del arquitecto dirige desde 2009 y del que tomó definitivamente las riendas tras la muerte de su padre en enero de 2022. Dos espacios carismáticos, inusuales y cargados de una fuerza monumental que protagonizan las páginas de este reportaje, firmado por el fotógrafo argentino Sebastián Faena, íntimo amigo de ambos. “Mont-ras te educa, como también lo hace La Fábrica. Son espacios que modifican tu comportamiento y tu manera de pensar, te transforman. Cada detalle es una lección de estética e inteligencia. Son lugares desafiantes que te incitan a observar, leer y aprender. Nuestra dinámica familiar es particular porque en total tenemos cuatro hijos: uno es de Pablo, dos son míos y la cuarta es nuestra. El espacio ofrece diferentes combinaciones de interior/exterior, privado/público, juntos/separados; y refleja nuestro espíritu”, explica Paiva sobre cómo ambos lugares vehiculan su relación familiar de una manera muy particular. Un enfoque de convivencia que desarrolla así Pablo Bofill: “Mont-ras es una casa que respeta la libertad y la intimidad de cada uno. Hay espacios comunes donde compartir, pero existe un juego de circulaciones que permite que puedas acceder a tu habitación, a tu cubo, sin atravesar el resto de espacios, por lo que permite compartir momentos familiares sin tener la obligación de vivirlos. Actualmente es un lugar que estamos reconstruyendo y es un homenaje

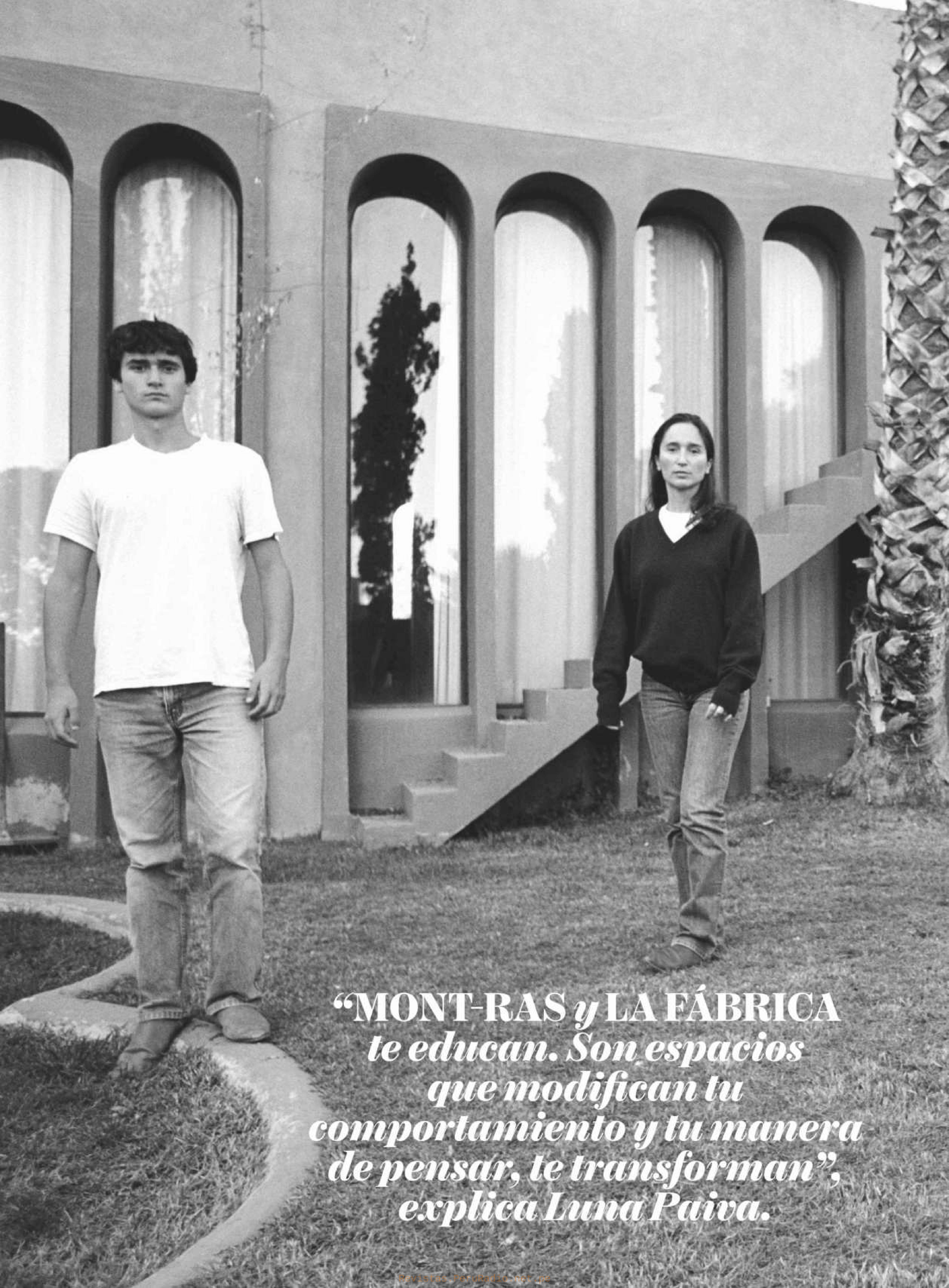
a la familia: a mi abuelo Emilio Bofill, constructor, y a mi padre Ricardo, arquitecto”. Sobre la sede del Taller situada en Sant Just Desvern cuenta: “En La Fábrica se definió una forma de vivir, en un sitio único que así lo permitió, a la vez que ese lugar retroalimentaba su manera de habitarlo. Fue un proyecto visionario en su momento y es un proyecto visionario ahora. Un lugar que se adapta a su tiempo y mira hacia el futuro. Ha pasado de ser una fábrica de cemento a una fábrica de ideas donde artistas, creadores y arquitectos comparten una visión”. Así, la arquitectura y el arte son presencias innegables en ambos escenarios pero, sobre todo, se experimentan con la plácida cotidianidad que implica vivir sumergidos en ellos. “Tenemos la gran suerte de poder transmitir nuestra curiosidad a nuestros hijos. El arte es una puerta de entrada hacia lo desconocido que te hace tomar conciencia, desde la humildad, de todo lo que aún nos queda por descubrir. Lo primero que tratamos de inculcar a nuestra familia es esta curiosidad constante, que se puedan expresar libremente según sus propias personalidades”, reflexiona Bofill.

“Trabajar con amigos y en familia siempre ha sido esencial para mí. La visión colectiva es fundamental en nuestra manera de vivir. En mi educación en París –y es la manera en la que funciono hoy– nunca hubo frontera entre la vida personal y profesional, siempre hemos mirado como colectivo hacia adelante. Esta proyección hacia el futuro, entendida como la capacidad de compartir la vida con personas que provienen de mundos ajenos y distintos, de realidades sociales, económicas y culturales diversas, es la realidad del Taller. Una vez aquí, todo eso se diluye: las diferencias se borran y la única unión posible se construye a través de unos proyectos que compartimos y nos invitan a crecer personal y profesionalmente”. Esa particular manera de hacer ha cristalizado en una brillante empresa en la que hoy trabajan más de 200 personas de 30 nacionalidades diferentes en proyectos en todo el mundo.

La pareja entreteje sus profesiones de una manera viva y orgánica, igual que la vida y el arte se mezclan en su familia: una gran escultura de Paiva convive con cipreses y olivos en el exterior de La Fábrica; mientras que otra de sus obras, una silla de bronce, está ubicada justo al lado de la puerta del despacho de Bofill. Además, actualmente ambos comparten proyectos en Georgia, Benín y Marruecos. La artista, ya en solitario, acaba de clausurar una exposición individual en Nueva York y está terminando un libro diseñado por Omar Sosa [que también aparece en este número junto a su pareja, Patricia Rezai, en el portfolio de Barcelona] que recopila fotografías de los últimos siete años de esculturas en proceso: transportadas, suspendidas, convertidas en objetos de interés de sus hijos (ayudando o jugando con ellas, según la edad). “Es un registro de la interconexión de la familia, el trabajo, los proyectos, los viajes: todo en movimiento en un perfecto desorden”, confiesa la artista sobre el volumen que pronto verá la luz. Una unión que parece discurrir con mayor plenitud cuando los espacios se alían para conseguirlo.



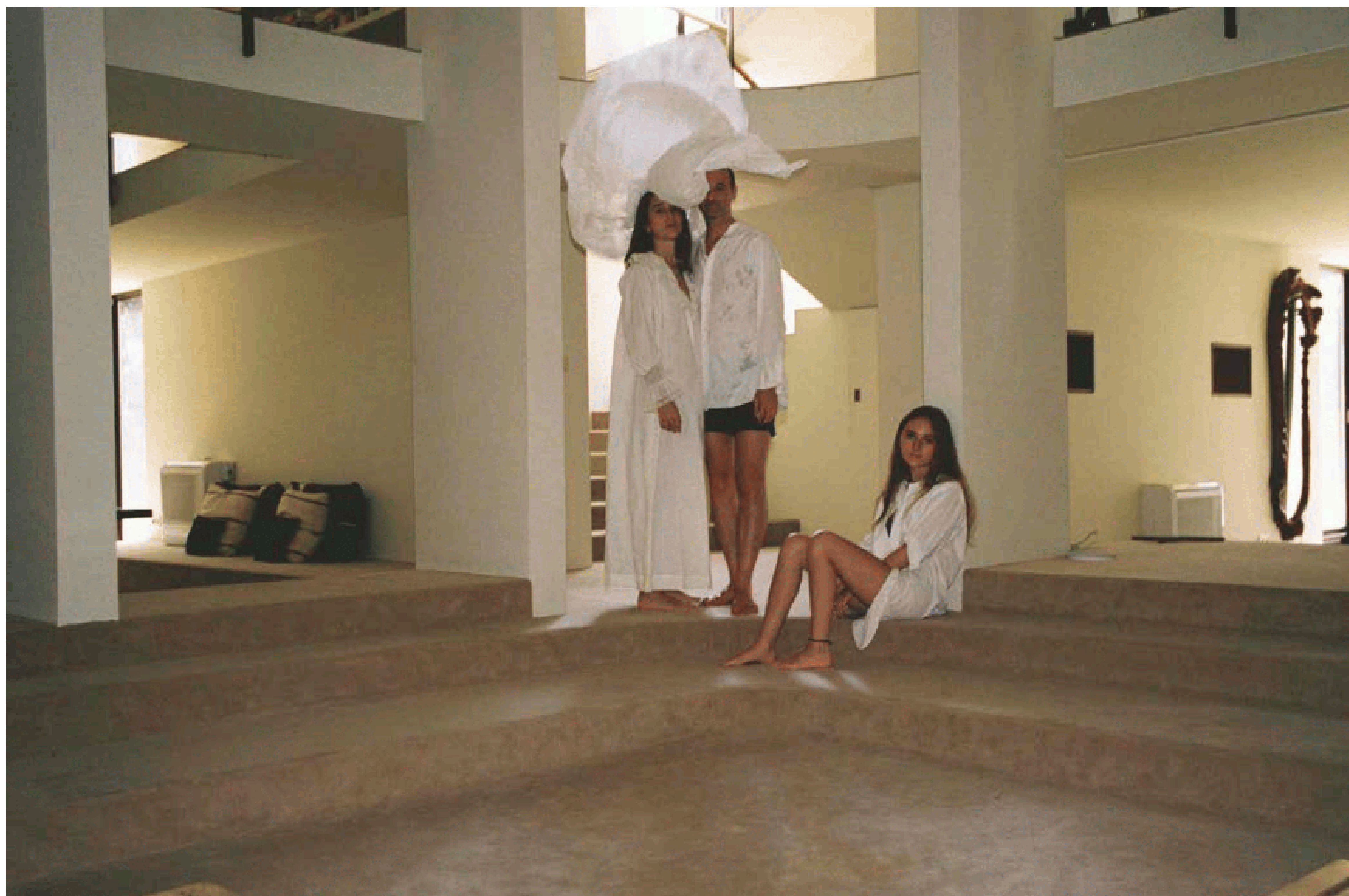
Arriba, la artista en la casa familiar de Mont-ras, en la Costa Brava, que Ricardo Bofill construyó en 1973. Todas las fotos en ese espacio se tomaron el día de la boda de Luna y Pablo, un enlace del que Faena fue testigo de excepción. Abajo, un detalle del interior de La Fábrica.



**“MONT-RAS y LA FÁBRICA
te educan. Son espacios
que modifican tu
comportamiento y tu manera
de pensar, te transforman”,
explica Luna Paiva.**

La familia Bofill Paiva en el exterior de La Fábrica. De izquierda a derecha: Romeo, Luna, Pablo, Iara y Athena.





En esta página, arriba, Luna y Pablo junto a Iara en Mont-ras; abajo, un detalle de los ventanales de La Fábrica. En la página siguiente, arriba, Romeo y Luna junto a Athena en el exterior de La Fábrica; abajo, Iara y Luna en Mont-ras.



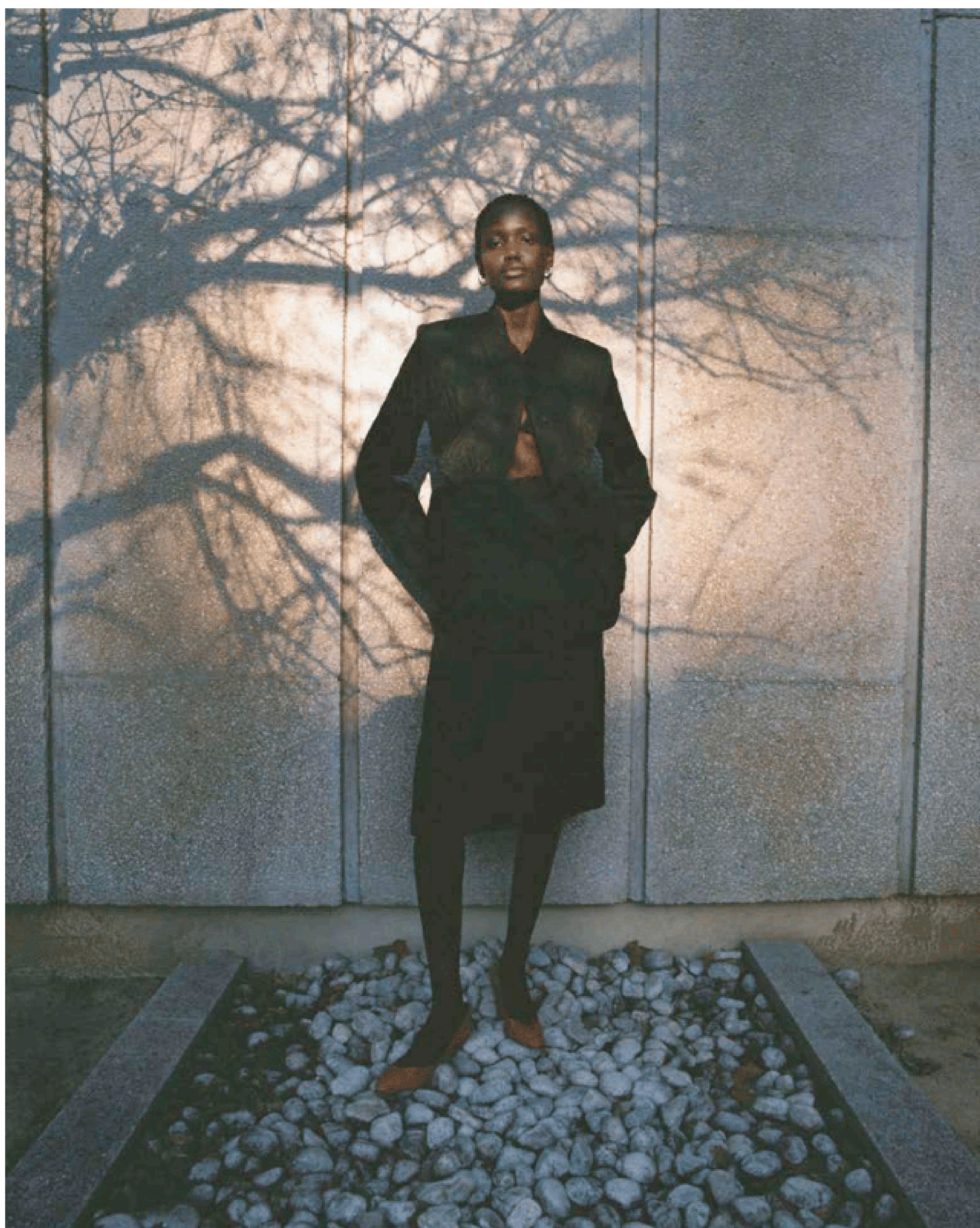




*En la página anterior,
arriba, el clan Bofill Paiva
posando para el objetivo de
Sebastián Faena, fotógrafo e
íntimo amigo de la familia,
en La Fábrica; abajo, la
artista en su estudio de
Poblenou, en Barcelona.
En esta página, una vista
general de la zona de
trabajo de La Fábrica.*



OBRA MAESTRA



*Escollados por las obras de JOAN MIRÓ y la arquitectura
de JOSEP LLUÍS SERT, los 'looks' más elevados de la temporada
seducen por sus juegos de TEXTURAS y volúmenes.
Fotografía PABLO ZAMORA. Estilismo HELENA CONTRERAS.*



En esta página, Yar Aguer lleva top de LOUIS VUITTON; falda de Nº 21 BY ALESSANDRO DELL'ACQUA; zapatos de CAMPER; pendientes de MÓNIES; y anillo de SIMUERO. Detrás, 'Tapiz de la Fundació', de Joan Miró y Josep Royo (1979). En la página anterior, americana, falda y sujetador, todo de MIU MIU; pendientes de SIMUERO; zapatos de JUDE; y medias de CALZEDONIA.



Top de MANGO; falda
de GIMAGUAS;
collar de GIORGIO
ARMANI; zapatos de
LANVIN; y medias
de CALZEDONIA.
Al fondo, la obra '
Manos volando hacia
las constelaciones',
de Joan Miró (1974).

*Vestido, pendientes y
zapatos, todo de CHLOÉ.*





*Vestido de STELLA
McCARTNEY; y
pendientes dormilonas
de oro blanco con
diamante, de RABAT.*

*Top, falda y zapatos,
todo de PRADA;
pendientes y pulsera
Serpenti Viper de
oro blanco con pavé
de diamantes,
todo de BVLGARI.*





*Top y pantalón, ambos
de LOEWE; zapatos
de GIVENCHY; y
anillo de SIMUERO.*

*Top de INSTITUTION;
pantalón de GIORGIO
ARMANI; brazaletes
de MANGO; y zapatos
de HAGELSTAM. Al
fondo, las obras 'Personaje,
pájaro en la noche II',
de Joan Miró (1972).*





*Vestido con plumas
y pendientes, todo
de GUCCI.*

*Chaqueta, 'culotte',
pendientes y zapatos,
todo de CHANEL.*





*Top de PALOMA WOOL;
falda de FENDI; zapatos
de JACQUEMUS;
y collar de PANCONESI.*

*Sujetador de GIVENCHY;
vestido de PALOMA
WOOL; 'earcuffs' de
PANCONESI; y medias
de CALZEDONIA. En
segundo plano, 'Lune, soleil
et une étoile', de Joan Miró.
Estudio para un monumento
ofrecido a la ciudad de
Barcelona '(Luna, sol
y una estrella).*

*Peluquería y maquillaje:
Manuela Pane (Kasteel
Management). Ayudante
de fotografía: Maitane
Huidobro. Ayudante de
estilismo: Paloma Gutiérrez.
Modelo: Yar Aguer
(Next Management).
Agradecimiento: Fundació
Joan Miró de Barcelona.*



MADE IN BARCELONA

Una bullente escena cultural ha vuelto a poner a la ciudad en el mapa en un sinfín de DISCIPLINAS y lo hace con una serie de ROSTROS que agitan el panorama y crean en sus propios términos. Fotografía CARLOS FOLMO. Estilismo HELENA CONTRERAS. Por ALBERTO SISÍ y CECILIA CASERO.





NAIARA ALBIZUA Y CARMEN SALAS ARQUITECTAS Y GESTORAS CULTURALES

Con solo dos ediciones a sus espaldas, la Bienal de Arquitectura Joven de Cataluña ya se ha convertido en una de las citas más interesantes y prometedoras del sector gracias al impulso de sus comisarias: Carmen Salas (Logroño, 1996) y Naiara Albizua (Durango, 1996). A través de un completo programa de exposiciones y conferencias, el evento pretende abrir vías heterodoxas para ejercer la profesión a los recién licenciados que se topan con una situación laboral muy precaria en muchos casos. "Me gusta que haya esta escena cultural tan viva", reconoce Salas de la ciudad en la que ha crecido profesionalmente. Algo que confirma Albizua: "Después de 11 años viviendo aquí todavía me pasa a veces que voy andando y de repente pienso 'estás en Barcelona'". La dupla, que planea abrir su propio estudio en 2026, ya piensa en ampliar la cita e incluso hacer itinerar algunas de sus activaciones para que crezca más allá de la geografía catalana. Si en algo coinciden ambas es a la hora de reivindicar el papel, cada vez mayor, que juega el extrarradio como fuente creativa alternativa: "Somos nuevas amantes de las periferias. Tienen una historia fascinante y permiten volver a encontrar esa ciudad tranquila", confirma Salas.

En el Pavelló Mies van der Rohe, de izquierda a derecha, Naiara con vestido y zapatos, todo de LEMAIRE; y collares de BROT. Carmen luce vestido de LEMAIRE; anillos de BROT; y zapatos de JUDE.



MEILAN KAO HOSTELERA

Cabeza visible del negocio de restauración de su familia, Meilan Kao (Barcelona, 1983) se encarga de la dirección creativa y conceptual de los proyectos vinculados a los cuatro establecimientos del grupo, tres de ellos situados en la Ciudad Condal. De ahí que conozca cada rincón de sus calles y tenga claro dónde reside el corazón de la misma: "Está en esos barrios fuera de cualquier ruta turística, donde aún sobreviven establecimientos auténticos y singulares enfocados a cualquier artesanía hoy en peligro de extinción que resisten a la oleada de sitios de *brunch*, cafés de especialidad y cadenas de panaderías industriales; esos comercios serán el verdadero lujo. Parte de la identidad catalana ha estado históricamente vinculada a estos lugares y ahora están desprotegidos. Si la gente tuviera suficiente conciencia, el acto cotidiano de consumir en el comercio tradicional se convertiría en toda una revolución", reflexiona. Para 2026, la hostelera pretende avanzar en la expansión de la empresa desde varios puntos de vista: un proyecto editorial vinculado al local Shanghai; estrenar Maison Treize, la marca de moda que tiene con su pareja, Alex Sáez; ampliar el servicio de *catering* y lanzar una línea de productos de Kao Street. Aunque el objetivo principal está bastante claro: "Seguir dando felicidad a las personas, creando momentos para que conecten entre ellas. Considero que algunos restaurantes somos capaces de sanar el alma al parar el ritmo frenético y dar un espacio para las relaciones humanas del que tanto carecemos en estos tiempos".

Meilan, dentro del restaurante Kao Street, lleva vestido de JACQUEMUS; y zapatos de JUDE.

PALOMA LANNA DISEÑADORA

Fundadora de la marca (casi homónima) Paloma Wool, la diseñadora Paloma Lanna (San Sebastián, 1989), firmó una de las campañas más bonitas y virales de 2025 en la que la visión más caótica y veraz de la maternidad –la suya propia, para ser exactos– se mezclaba con la sofisticación que tradicionalmente suele exudar la industria de la moda. Y es precisamente ese enfoque genuino e inesperado, la cualidad que más la atrae de la Ciudad Condal. “Veo una escena muy viva. Me interesa especialmente que muchos proyectos nacen desde lo personal. Hay diálogo entre disciplinas y una sensación de comunidad que me parece muy valiosa”, reflexiona. Lanna, que planea seguir creciendo de manera orgánica y meditada este año, tal y como viene haciendo desde que creó su firma, y que tiene claro qué es lo que más disfruta del lugar donde vive: “Poder sentir la montaña y el mar al mismo tiempo. Me encanta la sensación de bajar en moto hacia la costa cuando amanece y el sol te deslumbra”.

LUCIA DEL GRECO DRAMATURGA

Annie Enaux, Dolors Miquel o Louisa May Alcott son algunas de las autoras de los textos sobre los que ha trabajado la dramaturga Lucia del Greco (Roma, 1992) en los últimos años. Centrada ahora también en su faceta como directora, triunfaba a finales de 2025 con el rupturista montaje de *Little Woman* –“Sentí una profunda gratitud al ver la sala llena cada día”, comparte–, basado en el libro de la mencionada Alcott. A caballo entre su Roma natal y la Ciudad Condal, se ha convertido en pieza clave en la escena del teatro catalán. “Barcelona me ha dado mucha libertad”, cuenta. “Creo que hay algo en construirse artísticamente en un lugar y en una lengua que no son las propias que permite moverse con mayor ligereza”, apunta. “Cuando empecé a trabajar aquí no conocía nombres que hoy forman parte de mi día a día, no sabía cuáles eran los lugares clave de la cultura local y podía mirar a mi alrededor sin jerarquías, con un descaro que no sé si habría tenido en mi propia ciudad”.



Paloma, en la tienda de su firma en Avinguda Diagonal, con 'total look' de PALOMA WOOL.



Lucia, en el Ateneu Barcelonès, con top de ANTONIO ACUARIO; pantalones de ISSEY MIYAKE; zapatos de JACQUEMUS; y pendientes y collar, todo de JUSTIN GLENQUET.

BRUNA CUSÍ ACTRIZ

Ganó un Goya a Mejor actriz revelación en 2018 por su papel en *Estiu 1993* -la primera película de Carla Simón y la obra que sentó las bases de una nueva generación de directoras- y desde entonces no ha parado de trabajar. En febrero de 2026 estrena *Balandrau, viento salvaje*, un drama rodado en los Pirineos, pero Bruna Cusí (Barcelona, 1986), también tiene en cartera *No Feeling is Forever*, de Kit Zahuar, o la comedia *Los justos*. "Barcelona es mi hogar, pero en los últimos años paso largas temporadas fuera por rodajes y, en cuanto tengo un poco de tiempo libre, me escapo a Francia por vínculos personales. Mantener una relación intermitente con la ciudad me permite echarla de menos, redescubrirla con curiosidad en cada retorno y valorar el haber nacido y crecido en uno de los lugares más privilegiados del mundo", admite. "Sin embargo, creo que Barcelona lleva años deshumanizándose a causa del turismo masivo y una especulación inmobiliaria sin precedentes", reconoce. "En mi opinión, esto está provocando la expulsión de sus habitantes, un empobrecimiento radical de las condiciones de vida y una pérdida de identidad cultural, pero al mismo tiempo coexiste una Barcelona pionera en ideas sociales, culturales y climáticas".

Bruna, sobre las gradas del Teatre Grec, luce camisa, falda, pendientes y zapatos, todo de CELINE.







MABEL OLEA BAILARINA Y COREÓGRAFA

Pocas presencias son tan hipnóticas como la de la coreógrafa Mabel Olea (Lleida, 1997). Su gestualidad y su personalísima mirada llegaban a toda España y parte del extranjero gracias a *La mesías*, la serie en la que tuvo el papel de una de las hermanas protagonistas. Pero la carrera de Olea está sobre todo en el mundo de la danza y el teatro. Coreografiará en los próximos meses *La nozze di Figaro* en el Liceu, a las órdenes de Marta Pazos (con quien ya trabajó en *Orlando*), y presentará en verano su pieza más personal hasta la fecha, *Cut One's Teeth*. "Lo más valioso es la red artística que tengo en Barcelona", reflexiona. "Me sorprende muchísimo, me emociona hacer retrospectiva de mis años en el Conservatorio y ver que esta red no solo se ha hecho más grande sino más firme". Eso sí, como tantas otras personas de su edad, tiene sentimientos ambivalentes hacia el lugar desde el que ejerce y crea. "No deja de ser un sitio con estructuras muy reconocibles, a menudo poco receptiva a alterar su lógica o establecer puntos de vista más maleables. En la ciudad hay poco margen para lo fantástico, aunque existen pequeños recovecos donde resguardarse".

Mabel, en una de las salas de ensayo de Fabra i Coats, con top y falda de FENDI; y bailarinas de ABOUT ARIANNE.

JÚLIA PERÓ ESCRITORA

La escritora Júlia Però (Barcelona, 1995) cumplía 30 años el pasado año y lo hacía con tres trabajos editoriales publicados, la novela *Olor a hormiga* –una de las mejores de 2024 según un sinfín de medios especializados–, el poemario *Anatomía de una bañera* y el proyecto digital *Este mensaje fue eliminado*. Una trayectoria meteórica a la que pronto se unirá una nueva recopilación de poemas en 2026 y una segunda novela. “Barcelona me aporta ruido. En el buen sentido de la palabra. No hay escritura sin imágenes, sin sonidos, sin olores y sin vínculos”, reflexiona. Desde una casa de alquiler recién estrenada en L’Hospitalet de Llobregat, sigue escribiendo y dirige Libros crujientes, su exitoso club de lectura. “Estoy viviendo un reencuentro con la ciudad. Acabo de volver después de varios años viviendo en el campo y siento que mi relación con Barcelona siempre será así, intermitente. Espero que esa intermitencia lo sea por elección y no porque no pueda permitirme económicamente volver”.

Abajo, Julia, en su propia biblioteca, con top y falda, ambos de JULIE KEGELS; y pendientes de BROT.





PATRICIA REZAI Y OMAR SOSÁ BARTOLOMÉ POETA Y EDITOR

La poeta erótica Patricia Rezai y el editor creativo Omar Sosa Bartolomé conforman, sin duda, una de las *power couples* barcelonesas. "Lo que me aporta la ciudad es la diversidad de creativos, tanto nacionales como internacionales, que se mezclan con la intención de hacer cambios en la búsqueda de evolucionar a algo nuevo", explica Rezai. "Mi relación con ella ha madurado mucho en este último año. Cuando vine a vivir a Barcelona desde Madrid, en 2024, sufrí un momento de transición un poco duro, pero lo que más me estimula ahora mismo es sentirme como una *voyeur* en una ciudad que, sin pensarlo, se está convirtiendo en mi casa". Sosa Bartolomé, quien cambió hace algunos años Nueva York por la Ciudad Condal, solo le ve un problema a su lugar de residencia. "Uno tiene que hacer un esfuerzo para verse con los demás", comparte. "Leo sobre la escena creativa en la Barcelona de los 70 y me da envidia cómo todos se juntaban cada noche en un club. De ahí surgían mil ideas y conexiones".

En su propia casa, Patricia lleva top de ISSEY MIYAKE; top de tul de CORTANA; y pantalón propio. Omar luce jersey de SHON MOTT; pantalón de LORO PIANA; y sus calcetines.



MAR VALLVERDÚ 'PODCASTER'

La escena del pódcast tiene en Barcelona uno de sus enclaves geográficos más potentes y Mar Vallverdú (Barcelona, 1997) es una de las estrellas del momento del formato. Su carrera arrancó con unas prácticas en Radio Primavera Sound, la incubadora del talento audiovisual en la Ciudad Condal, después de acabar la carrera. Y ahí se gestó Radio Noia, el programa que firma desde la cama de su propia habitación y donde los invitados se abren aprovechando ese clima de intimidad compartida. La entrevista a Rosalía a mediados de octubre con motivo del lanzamiento de *Lux* multiplicó la visibilidad de Vallverdú, una circunstancia que vivió no sin cierto vértigo. "A mí [Rosalía] me encanta y la admiro muchísimo, pero me preocupaba a lo que me podía conducir. Lo que yo hago es muy nicho y me daba miedo que se perdiera un poco el sentimiento de comunidad que habíamos creado. Pero he seguido haciendo exactamente el mismo contenido que hacía antes y, aunque ha aumentado la audiencia, no ha llegado a ser algo que no pueda controlar", reflexiona. Sobre la efervescencia que parece impregnar las profesiones creativas de la ciudad, la comunicadora no cree que sea algo puntual: "La gracia de Barcelona es que acaba juntando a gente diferente que tiene cosas que aportar. No creo que esta sea una generación especial, sino que la ciudad siempre ha reunido el talento. Me gusta vivir en ella sabiendo que, históricamente y hasta ahora, es un lugar muy vinculado con la creación".

Mar, en la cama desde la que graba el pódcast Radio Noia, lleva vestido y salones, todo de FERRAGAMO; y pulsera de MONIES.







JULIA CREUHERAS ARTISTA

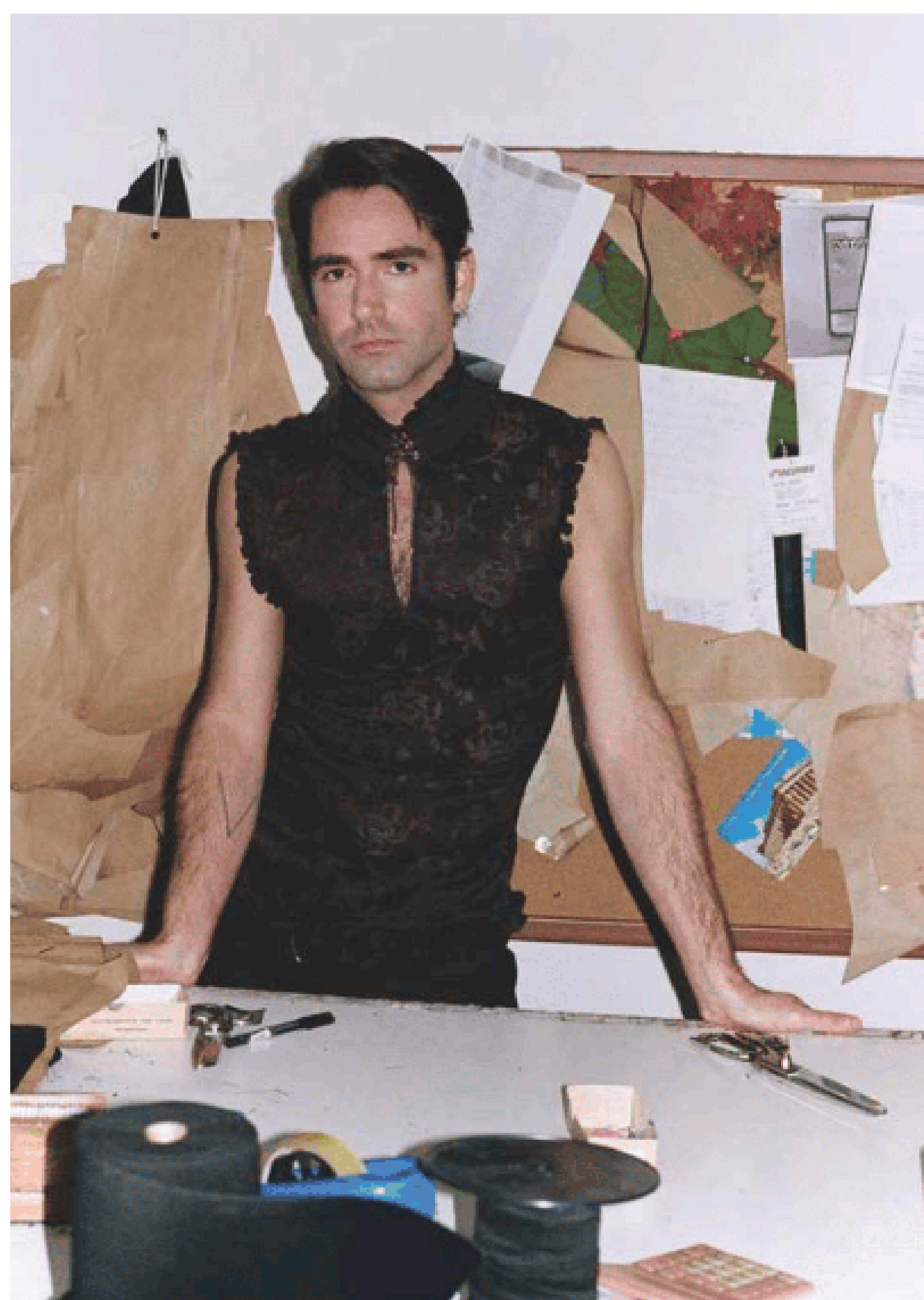
Las obras de Julia Creuheras (Barcelona, 1995) parecen estar vivas. Su correlación con el cuerpo –sobre todo, el femenino– las empuja a reflexionar acerca de cómo este ha sido tradicionalmente codificado. Y el lugar en el que nació y donde reside, inesperadamente, también tiene mucho que ver en ello: “La fisonomía de la ciudad afecta directamente a la manera en la que pienso. Me gusta caminar porque siento que cuando estás en movimiento las ideas circulan mejor. De esa forma Barcelona y sus calles forman parte directamente de mi proceso creativo. No es casualidad que el símbolo del zapato, el pie, el caminar, aparezcan en mi trabajo”, explica sobre uno de los símbolos más presentes en su producción artística. Creuheras ve con interés el juego de espejos creativo que se produce ahora: “Hay mucha sinergia entre disciplinas –el arte, el teatro, la moda, la música...–, todas se alimentan entre ellas. También siento que cada vez más Barcelona está influida por movimientos culturales que suceden fuera y eso es excitante porque abre el campo de posibilidades pero, por otro lado, también me preocupa pensar que perdemos lo autóctono. Lo bueno sería mirar afuera pero respetando lo catalán”.

A la izda., en su estudio, Julia lleva zapatos de ABOUT ARIANNE; y su propia ropa.

PAU AULÍ FIGURINISTA

Los reconocibles diseños de Pau Aulí (Esporles, 1992) han formado parte de las películas *Polvo serán* o *Tardes de soledad*, de Carlos Marqués-Marcet y Albert Serra, pero también de la disruptiva *La misteriosa mirada del flamenco*, del chileno Diego Céspedes. Curtido entre el cine y el teatro, ha puesto su arte asimismo al servicio de cantantes como María Arnal. Llegó hace años desde Mallorca y se ha consolidado como imprescindible en la industria audiovisual catalana. “Me gusta desde dónde se crea en Barcelona y cómo se trabaja”, explica. “Hay calma, confianza y serenidad. Admiro muchísimo a los creativos de esta ciudad, aquí se originan ideas que me interesan y me interpelan, tanto en pensamiento como en filosofía, estética y dramaturgia”, reflexiona. “Ya desde pequeño admiraba el *art déco*, el minimalismo catalán y toda esa horda de diseñadores tan conectados con las tendencias europeas, cerca del *land art*, los batalleros políticos y la vanguardia cinematográfica”, comparte. “También me inspira una periferia que funciona como una resistencia a la gentrificación y a las dinámicas poco saludables del centro de las ciudades”.

Pau, en el taller especializado en vestuario histórico Época, luce top y pantalón, ambos de LUDOVIC DE SAINT SERNIN.



*Peluquería y
maquillaje: Yurema
Villa (Kasteel Artist
Management) para
Guerlain y Kérastase.
Ayudante de estilismo:
Natalia Risueño.*



SAYANA Y CLAUDIA DURANY DISEÑADORAS

Buena parte de la responsabilidad de que la generación Z vista como se viste hoy en día la tienen las gemelas Claudia y Sayana Durany (Barcelona, 1995), fundadoras de Gimaguas y finalistas de Vogue Fashion Fund 2025. Ambas han hecho suyo el estilo *dosmilero* pero adaptándolo a los nuevos tiempos con sutileza hasta convertirse en abanderadas de la nueva estética catalana. No en vano, las hermanas reconocen lo mucho que se nutren de su ciudad: "Nos inspira su buen tiempo, la luz, el sol, el ritmo relajado, la convivencia de lo cotidiano con lo creativo, lo clásico con lo improvisado y lo práctico con lo estético". El año pasado abrieron su primera tienda en Madrid, que se unió así a la *flagship store* que tienen en Barcelona y que diseñaron en colaboración con el arquitecto Guillermo Santomà. "Trabajar con él fue una gran experiencia. Desde el principio tuvimos claro que no queríamos un punto de venta al uso, sino un espacio propio que contara una historia y conectara directamente con los valores de la marca", explican. El interior está envuelto en una tela de hormigón textil, un material poco convencional que le da una atmósfera única al espacio. El arranque de 2026, que las hermanas inauguran con 30 años recién cumplidos, se intuye excitante: "El logo de Gimaguas cambia a partir de enero, así que nos acompañará en esta nueva década", desvelan.

Las hermanas Durany, con 'total looks' de GIMAGUAS, en la tienda de su firma de la calle Rosselló.

FEBRE

Elegantes pero con un toque DEPORTIVO y un tanto transgresor, los 'looks' de 2026 están impregnados de un estilo fácil y con guiños nostálgicos que revisitan los clásicos de la IVY LEAGUE. Fotografía JACK DAY. Estilismo JULIA SARR-JAMOIS.

PREPPY,

*Alex Consani lleva
americana y camisa de
esmoquin, ambas de
TOTEME; y jerséis
de cachemir, de
JOHNSTONS OF
ELGIN y BEGG & CO.*





*Traje de falda de 'tweed'
y broche, ambos de
CHANEL; camisa de
algodón, de CHARVET;
calcetines de
PANTHERELLA;
zapatos de cuero, de LE
MONDE BERYL; y
pendientes chapados en
oro, de MISSOMA.*



Vestido de algodón y zapatos de piel, todo de PRADA; y guantes de PAULA ROWAN.

*Camisa de algodón
con cuello bordado,
de MOSCHINO; y
pendientes de plata,
de TOM WOOD.*





Abrigo y bolso de piel, ambos de GUCCI; zapatos con talón abierto, de ROGER VIVIER; calcetines de PANTHERELLA; guantes de la estilista; y pendientes de TOM WOOD.



'Blazer' de lana, sudadera con capucha, polo y falda de algodón, todo de POLO RALPH LAUREN; camiseta de algodón, de FLORE FLORE; bolso de piel, de HERMÈS; pendientes de MISSOMA; calcetines de PANTHERELLA; y zapatos de LE MONDE BERYL.



Chaqueta, pantalones de lana, bufanda de cachemir y mocasines de piel, todo de LOUIS VUITTON; pendientes de TOM WOOD; y calcetines de PANTHERELLA.

*Chaqueta de lana y seda,
'bralette' de algodón,
minifalda de seda con flecos
y cinturón, todo de ETRO;
pendientes de MISSOMA;
gafas de LINDBERG;
y anillo con sello, de
TOM WOOD.*





Chaqueta de cuero y falda de satén con ribete de encaje, ambas de DOLCE & GABBANA; bolso de piel, de HERMÈS; boina de cuero, de EMILY-LONDON; y anillo con sello y pendientes, todo de TOM WOOD.

*Chaqueta de lana con
cuello y puños desmontables,
jersey de lana, falda de
cuero, zapatillas deportivas
y bolso de cuero, todo de
MIU MIU; calcetines
de PANTHERELLA;
pendientes y anillo,
todo de TOM WOOD.*





Abrigo de lana con adornos, camisa de algodón, jersey, 'shorts' y zapatos de cuero, todo de WALES BONNER; calcetines de PANTHERELLA; y anillo de TOM WOOD.



*Abrigo de lana y cachemir,
camiseta de algodón, camisa
de lana y seda, falda con
cinturón y botas de cuero,
todo de LOEWE; y
pendientes de MISSOMA.*

*Chaqueta de algodón y
vestido con pedrería,
ambos de BURBERRY; y
pendientes de MISSOMA.*

*Peluquería: Cyndia Harvey.
Maquillaje: Thom Walker.
Manicura: Ami Streets.
Producción: North Six.
Modelo: Alex Consani.*



BIEN JUGADO

*Bolso Beau de piel trenzada,
de MIU MIU; pelotas
de ELK SPORT; y tela de
PEPE PEÑALVER.*

La silueta del bolso BEAU de MIU MIU se reinventa esta primavera a través de la técnica del ENJUNCADO. Un auténtico 'home run' estilístico que aporta cierto aire estival a este modelo que, ya de por sí, es un MVP.



SHOP.VOGUE.COM

VOGUE
COLLECTION



Cartier